

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR CAFICULTOR.
CASO CAFICENTRO – TULUA**

LINA MARCELA CÁRDENAS MARÍN

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
TULUÁ
2013**

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR CAFICULTOR.
CASO CAFICENTRO – TULUA**

LINA MARCELA CÁRDENAS MARÍN

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TITULO DE CONTADOR
PÚBLICO**

**TUTOR:
GREGORIO GIRALDO GARCÉS**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
TULUÁ
2013**

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADO

JURADO

Tuluá, febrero de 2013

*A mis padres Guillermo Cárdenas Medina
y María Ofelia Marín Marín.*

Agradecimientos

En primer lugar, deseo agradecer a Dios, por haberme permitido vivir estos años, de forma plena y feliz; por protegerme, iluminarme y por darme las capacidades para superar todas las dificultades que alguna vez se me presentaron, permitiéndome alcanzar hoy una nueva meta en mi vida.

Agradezco a las personas que me dieron la vida, mis padres Guillermo y Ofelia, sin duda las personas más incondicionales y quienes son mi base y proyección, dejando en claro que son lo más grande que tengo. Gracias Papá, por ser el mejor padre que Dios me hubiera podido regalar, por hacerme sentir siempre una princesa hasta hoy y cuidarme todos los días de mi vida. A mi Mamá, agradecer por ser una maravillosa madre, digna de admirar, disponible en todo momento, atenta a cada uno de mis pasos, espero mami lograr lo mismo en unos años más, que pueda llegar a sentir, que he formado una familia tan linda como la nuestra, ese será un gran desafío para mí. A mi hermana que es uno de mis motores en mi vida y me impulso a exigirme cada día buscando la excelencia.

A mi familia por creer en mí, y de manera especial a mi abuela Blanquita .

A aquel ser que me enseña cada día a ser abúndate y vivir mi vida con amor y participación total.

A mis compañeros de CAFICENTRO porque me apoyaron cada día y me brindaron su constante colaboración.

A los asociados que participaron voluntariamente de mis entrevistas, visitas y jornadas descentralizadas mostrándome lo luchadores, pujantes y amables que son y el calor humano de las familias cafeteras de nuestro país.

A mi tutor, Gregorio Giraldo, quien siempre me brindó su tiempo, me orientó y dispó mis dudas. Gracias por la entrega total que me demostró y por la amistad sincera que se creó.

A todos quienes, al escribir estas líneas, recordé con amor.

Lina Marcela Cárdenas Marín.

Tabla De Contenido

LISTA DE TABLAS	8
LISTA DE GRAFICAS	9
LISTA DE IMÁGENES	10
INTRODUCCION.....	11
RESUMEN	13
1. ASPECTOS GENERALES DE LA INIVESTIGACION	15
1.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2.1 FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:	22
1.3 OBJETIVOS.....	23
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	23
1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	23
1.4 JUSTIFICACIÓN	24
1.5 METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN	26
1.5.1 TIPO DE ESTUDIO.....	26
1.5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	26
1.5.3 FUENTES DE INFORMACIÓN	26
1.5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	27
1.5.5 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	28
1.5.6 PASOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
2. PRINCIPALES REFERENTES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	31
2.1 DESARROLLO DEL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	31
2.1.1 PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL.....	44
2.1.2 SIETE PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL – ISO 26000	46
2.2.3 MATERIAS FUNDAMENTALES DE RSE	47
2.2 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR COOPERATIVO	50
2.3 BALANCE SOCIAL COOPERATIVO (BSCOOP.....	55
2.4 PARALELO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COOPERATIVA	57
3. IDENTIFICACIÓN DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR CAFICULTOR	58
3.1 Escenario Social y Económico de la Actual Crisis Cafetera	61

3.2 Condiciones de vida de las familias cafeteras: el impacto social de la crisis.....	62
3.3 Aspectos institucionales de la caficultura colombiana	65
4. ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CAFICENTRO	68
4.1 CASO CAFICENTRO- TULUA	69
4.2 RESEÑA HISTORICA.....	70
4.3 MISION	70
4.4 VISIÓN	71
4.5 BASE SOCIAL DE CAFICENTRO: Conformada por 1357asociados, así:	71
4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:	72
Fuente: Elaboración Propia	72
4.7 DERECHOS DEL ASOCIADO	72
4.8 DEBERES DEL ASOCIADO	72
4.9 EJES FUNDAMENTALES SOBRE LOS CUALES CAFICENTRO DESARROLLA SUS ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:	73
4.9.1SERVICIOS SOCIALES DE SALUD:	73
Fuente: Elaboración propia con base en la información de carpeta 2012.	78
4.9.2 SERVICIOS SOCIALES DE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN	79
4.9.2.1 PROGRAMA RADIAL	79
4.9.3 SERVICIOS ECONOMICOS DE CARTERA	86
4.9.3.1 CREDITOS EN EFECTIVO:	86
ANEXOS	95
ANEXO1: ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL LLEVADAS A CABO POR CAFICENTRO EN EL AÑO 2012	95
PROGRAMA DE KITS ESCOLARES.....	95
ANEXO 2: PROGRAMA DE UNIFORMES ESCOLARES.....	99
ANEXO 3: ENTREVISTA ASOCIADO JOSE RAÚL RAMÍREZ MARÍN	101
ANEXO 4: ENTREVISTA ASOCIADO LUIS ALBERTO GARCIA AGUIRRE	108
ANEXO 5 ENTREVISTAS PERSONAL DE LA COOPERATIVA	112
CONCLUSIONES	118
BIBLIOGRAFIA.....	121

LISTA DE TABLAS

Tabla N° 1: Composición base social de Caficentro. 71

Tabla N° 2: Agencias de CAFICENTRO 71

Tabla N° 3: Comparativo subsidios entregados en 2011 y 2012 78

LISTA DE GRAFICAS

<u>Gráfico N° 1: Pirámide de las Necesidades Humanas de Maslow</u>	<u>38</u>
<u>Gráfico N° 2: Los nueve principios del Pacto Global</u>	<u>44</u>
<u>Gráfico N° 3: Los siete principios de la Norma ISO 26000</u>	<u>46</u>
<u>Gráfico N° 4: Materias Fundamentales de RSE de la Norma ISO 26000</u>	<u>47</u>
<u>Gráfico N° 5: Porcentaje de edades de las familias del sector caficultor</u>	<u>63</u>
<u>Gráfico N° 6: Porcentaje de niveles de escolaridad en Sector Caficultor</u>	<u>65</u>
<u>Grafico N° 7: Estructura Organizacional de Caficentro</u>	<u>72</u>

LISTA DE IMÁGENES

<u>Imagen N°1: Regiones productoras de café en Colombia.</u>	<u>59</u>
<u>Imagen N°2: Atención Médica a asociados.</u>	<u>74</u>
<u>Imagen N°3: Tienda agrícola Fenicia</u>	<u>81</u>
<u>Imagen N°4: Jornada descentralizada Ceilán</u>	<u>81</u>
<u>Imagen N°5: Tienda agrícola Buga</u>	<u>81</u>
<u>Imagen N°6: Compra de Café Salónica</u>	<u>81</u>
<u>Imagen N°7: Reunión Descentralizada de Gerencia, Venecia</u>	<u>93</u>

INTRODUCCION

Este es un trabajo que nació de la preocupación por el cumplimiento de la responsabilidad social cooperativa de Caficentro, su objetivo fundamental es analizar las políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector caficultor, caso Cooperativa Caficentro y se plantearon como objetivos específicos: caracterizar los aspectos fundamentales de la responsabilidad social, identificar los ejes fundamentales sobre los cuales debe trabajar una Cooperativa del sector caficultor, caracterizar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial de Caficentro encaminado en consecución con sus objetivos corporativos y analizar los mecanismos contables existentes que ayuden al desarrollo y sostenimiento del sector caficultor desde el aporte que hace el contador público en la construcción de políticas contables internas; de esta manera se partió de los conceptos generales en materia de RSE para llegar a lo particular acerca de los ejes fundamentales sobre los cuales esta cooperativa rige sus prácticas.

Para realizar esta investigación, se dividió el trabajo en 3 capítulos; en el Capítulo I, se realizó todo el marco teórico que sustenta el conocimiento del concepto, incluyendo el análisis profundo de la definición del concepto de responsabilidad social, responsabilidad social empresarial, empresa y empresario y la base de principios del pacto global y de la norma ISO 26000.

En el Capítulo II, se vincula el concepto de responsabilidad social cooperativa, y se resalta la estructura democrática de este tipo de empresas que basan su cultura y actividades en la solidaridad. Para esto es necesario conocer principalmente el sector caficultor, sus necesidades, la composición de las familias pertenecientes a este gremio y el escenario de la actual crisis; teniendo en cuenta que Caficentro basa sus actividades hacia la conservación del ecosistema y paisaje cultural del cultivo del café.

Por último, en el Capítulo III, se realiza una presentación de los tres ejes fundamentales sobre los cuales Caficentro basa sus actividades de responsabilidad social cooperativa: servicios sociales de salud, servicios sociales de educación y comunicación; y servicios económicos de cartera; permitiendo de esta manera construir perspectivas de prácticas de responsabilidad social empresarial.

Por último se presenta las entrevistas de 3 funcionarios de Caficentro y las historias de vida de 2 asociados; con esto se permitió mostrar las concepciones a nivel interno sobre lo que está haciendo Caficentro en materia de responsabilidad social cooperativa y por otro lado lo que opinan los asociados acerca de estas prácticas implementadas.

RESUMEN

La responsabilidad social cooperativa es una derivación del concepto de responsabilidad social empresarial; la cual surge a fines del siglo XIX, con el nacimiento de la primera legislación laboral moderna en Alemania. Luego, en la segunda década del siglo pasado, el concepto se vinculó más bien a la filantropía empresarial o principios de caridad, como concepción de voluntad en las empresas. Más tarde, en la década del 50 y 60, ya se planteaba como una fuerte corriente de obligación ética o moral. Sin embargo, hasta hoy el concepto de Responsabilidad Social Empresarial sigue vinculándose fuertemente con los principios de filantropía empresarial. Es por esta razón, que se decide estudiar el tema, analizar los conceptos de responsabilidad social empresarial y su origen como respuesta a las críticas del capitalismo, principalmente se destacan las prácticas de responsabilidad social empresarial de una entidad en particular, Caficentro; una cooperativa del sector caficultor que ha venido desarrollando en los últimos años sus operaciones enmarcadas en el espíritu del cooperativismo y buscando siempre garantizar bienestar, seguridad social, participación, dignidad humana y protección para con sus asociados.

El concepto de responsabilidad social cooperativa no implica sólo un sinónimo de beneficencia para algún sector necesitado de la población, sino que la representa la obligatoriedad para con todos los agentes impactados por la gestión de la empresa.

Entre los agentes, que merecen un mayor grado de prácticas de responsabilidad social por parte de las empresas, son los propios trabajadores, quienes forman parte del ámbito interno en cual la empresa debe hacerse responsable de las necesidades de sus colaboradores y desde el ámbito externo, a todos aquellos grupos de interés que se vean afectados en forma positiva o negativo por el giro ordinario de las operaciones de la entidad; y en el caso particular de Caficentro

este último ámbito se enmarca dentro de las prácticas de responsabilidad social encaminadas a representar el sector y dar respuesta a sus necesidades sociales.

Caficentro es socialmente responsable en la medida en que encamina sus prácticas en función de cumplir con las tres dimensiones o escenarios de acción: el económico, el social y el ambiental.

1. ASPECTOS GENERALES DE LA INIVESTIGACION

1.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Al investigar sobre RSE se encuentran diferentes conceptos acerca de su definición ; entre estos el concepto encontrado sobre “El Concepto de Responsabilidad Social”¹ de Juan Felipe Cajiga Calderón, director de RSE de Cemefi; trata de las implicaciones que tiene el desarrollo de las actividades de una organización; y que esta actúe conciliando (punto de equilibrio) entre los intereses del negocio y las expectativas que de ella tiene la comunidad; particularmente sus grupos de interés stakeholders².

Al revisar tesis anteriores que hayan tratado temas similares; se encuentra la tesis “Ser o aparentar la responsabilidad social empresarial en Colombia” de la Pontificia Universidad Javeriana, de la facultad de la comunicación social y el lenguaje, trabajo de grado para optar por el título de comunicador social con énfasis en comunicación organizacional de la ciudad de Bogotá, en el año 2009; sus autoras María Paula Vergara y Laura Vicaría resaltan el aumento de programas enfocados en el mejoramiento de la calidad de vida o restitución de daños ocasionados en el medio ambiente como resultado de las actividades empresariales, mencionan que éste se ha convertido en un tema de moda entre las empresas y países; y apoya el papel de la empresa dentro de la sociedad con la posibilidad de cambiar el mundo si así lo quisieran; pero al mismo tiempo las autoras rechazan básicamente el maquillaje y la publicidad que utilizan las empresas cuando se trata de RSE; lo rechazan debido a la pérdida de un sentido común en donde puedan entender la necesidad de las empresas de reconocer el impacto inherente a la actividad que desarrollan; las autoras analizan los diferentes titulares de noticieros, diarios mundiales, nacionales y regionales; en

1 CAJIGA, Juan Felipe. *El Concepto de Responsabilidad Social. Cemefi (Centro Mexicano para la Filantropía) 2006*

²²Stakeholder: «quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa». Estos grupos o individuos son los públicos interesados o el entorno interesado, considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica de los negocios.

donde se evidencia que la RSE ha adquirido un lugar importante en las agendas políticas y publicas del mundo.

Por otro lado el trabajo de grado elaborado por Carolina Esther Gómez y Nancy Lorena Loyola titulada “Responsabilidad Social Empresarial En Materia De Relaciones Laborales” de la universidad de Chile, de la facultad de ciencias económicas y administrativas para optar por el título Ingeniero Comercial en mención administrativa, presentada en la ciudad de Santiago en el año 2004; de este trabajo se puede concluir que a pesar de tratarse de la responsabilidad social analizada al interior de la empresa con los proyectos que adelantan las empresas chilenas que produzcan beneficios a sus empleados; su autor considera que estos proyectos de mejoramiento de la calidad de vida de sus empleados se verán reflejados en el desempeño de los empleados, en su estado de ánimo y por lo tanto en el desempeño dentro de la organización; además de incentivar el sentido de pertenencia de los empleados hacia la empresa; también se resalta la importancia de las acciones que adelantan las empresas desde una concepción de altruismo empresarial y también de los beneficios que significa la RSE, como ventajas comparativas, aprovechando el mejoramiento de su imagen pública, lealtad de sus empleados, proveedores y acreedores y el posicionamiento de su producto/servicio en un mercado que reconoce su compromiso social. Se considera como una inversión en la comunidad, la que seguirá generando ganancias para la empresa misma.

En un sentido amplio las tesis encontradas tratan temas de responsabilidad social empresarial y particularmente en las empresas del sector solidario se resalta la posibilidad de intervenir de manera decisiva en la vida de sus asociados; teniendo como premisa la posibilidad de las cooperativas de implementar un manejo sostenible de los recursos sólo si hay maneras para captar parte del valor preservado o creado, pues es de esta manera que se hace necesario hablar del desarrollo sostenible, en el que comúnmente se mencionan tres dimensiones o escenarios de acción: el económico, el social y el ambiental. Esto llama la atención

sobre el requisito de satisfacer estándares al menos mínimos de rendimiento en los tres ámbitos, para que se pueda calificar verdaderamente como desarrollo sostenible.

Se encontró también el libro Responsabilidad Social Empresarial: Una reflexión desde la gestión, lo social y ambiental; de la Universidad Nacional, escrito por Carlos Martínez Fajardo; en el cual trata la RSE desde la perspectiva de la teoría avanzada de organización y gestión, y lo contrasta con el acceso de las empresas a la economía global; analiza la RSE en Europa y a la vez toma como base las empresas de cemento de Colombia haciendo la evaluación crítica de un caso práctico.

En el artículo de la Pontificia Universidad Javeriana titulado “Los Informes de Responsabilidad Social Empresarial: Su evolución y contexto internacional y colombiano”³; escrito por Mauricio Gómez Villegas y Diego Alexander Quintanilla se analizaron los estudios interdisciplinarios sobre responsabilidad social empresarial. La investigación tuvo como objetivo la construcción de un marco analítico para identificar, caracterizar y evaluar la evolución de los informes de responsabilidad social.

La consecuencia es que no se puede hablar justificadamente de sostenibilidad cuando alguna de estas dimensiones esté descuidada, pero también que estas tres áreas interactúan y, conjuntamente, condicionan los resultados de varias maneras significativas. Una empresa que produce excedentes apunta a la necesidad y de hecho la obligación de dar un paso adicional generando un beneficio en aquellos que pueden verse afectados de una manera u otra por sus actividades.

Tanto conceptualmente como en la práctica, se debe reconocer que los asuntos económicos son inherente e inevitablemente sociales, y que los objetivos sociales

³GOMEZ, Mauricio & QUINTANILLA, Diego Alexander (2012). *Los Informes de Responsabilidad Social Empresarial: Su evolución y contexto internacional y colombiano*. Cuadernos de contabilidad, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá. 13 (32), 121 – 158.

se pueden alcanzar de manera más confiable cuando se incorporan en las prácticas económicas; es decir cuando se desarrollan como parte integral de sus actividades; como un asunto de conciencia social dentro de las políticas económicas de la organización y no se aíslan marginalmente o se tratan como un aspecto secundario.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Responsabilidad Social Empresarial, nace en los años 20 del siglo XX y se fortalece en 50's y 60's y se inicia por la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, el solo hecho de su uso genera un deber ético y por consiguiente de alguna manera este uso se devolver a la sociedad dichos beneficios.⁴ Las empresas creen riqueza o no, en el uso o no de un factor productivo, por lo tanto deben ser responsables de ello, por consiguiente deben ir más allá de la generación de trabajo, riqueza para los dueños del recurso financiero, deben velar por el bienestar de la comunidad donde se encuentra enclavada. De tal forma que la Responsabilidad Social Empresarial ya no es discurso filosófico.

La RSE surge cuando algunos empresarios de Estados Unidos y Europa se preocuparon por temas como la vivienda, el bienestar y la caridad para con sus empleados; temas que hasta entonces no habían sido considerados dentro de las políticas internas del manejo de las empresas como un punto importante y necesario que pudiera tener incidencia sobre la calidad de vida del empleado.

En el siglo XX y con el desarrollo del Estado de Bienestar, las actuaciones filantrópicas se volvieron relaciones formales integrales que ya no se encontraban únicamente dentro de la conciencia de las personas sino moralmente identificadas y ratificadas dentro de las empresas; pues hasta entonces el único objetivo empresarial había sido aumentar la productividad y los beneficios económicos de los propietarios.

En la década de los 90's los países se encontraban abriendo las puertas al mundo de la globalización y requerían establecer estándares que reglamentaran sus

⁴ ROJAS, Alfonso Lucas. Responsabilidad Social Empresarial: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia. Universidad Santiago de Cali. Cali. 2007

actuaciones; es así como en la reunión anual de este año, en el Foro Económico Mundial se anunció el Global Compact ⁵(Pacto Mundial) el cual es un instrumento de las Naciones Unidas (ONU); cuyo fin es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las empresas, con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y Organizaciones no gubernamentales (ONGs), sobre la base de 9 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.

El Pacto Global hace parte de iniciativas orientadas a prestar atención a la dimensión social de la globalización; pues su intención es "dar una cara humana al mercado global"; y aunque ha tenido una gran acogida entre empresas, sindicatos, entidades educativas y ONGs, este pacto no posee un carácter obligatorio.

En el actual mundo contemporáneo, la sociedad basada en un sistema capitalista ha dejado a un lado al individuo, y ante la necesidad irrefutable de generar mayores niveles de bienestar; se hace necesario el concepto de RSE. Sin embargo, el modelo actual de RSE se ha ajustado a las necesidades vitales de las compañías, es decir, las organizaciones le apuestan a un esquema de rentabilidad económica basado en la gestión de sus rentas, y en muchos casos, hacen de la responsabilidad social un esquema de reforzamiento de sus deberes empresariales que son indispensables de cumplir, dejando de lado la capacidad del impacto social que podrían generar sus operaciones al articularse estratégicamente al cumplimiento de sus objetivos y al relacionamiento con su entorno, con resultados que aportarían índices significativos de rentabilidad sociocultural, y consecuente transformación social.

⁵La Oficina del Pacto Global está conformada por seis agencias de las Naciones Unidas: el Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACDH), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI).

Para conocer una empresa en materia de RSE, se debe analizar el alcance de sus objetivos planteados y contrastarlo con ese esquema de rentabilidad que es imposible dejar a un lado pero que a su vez si se introdujera en la naturaleza de la organización, dentro de su cultura empresarial y practica responsable permitiría una visión más amplia del negocio; el motivo de estudio del presente trabajo de grado se centra en el sector caficultor; en el cual se cuenta con una estructura organizada de acompañamiento por parte de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, y más específicamente en el Centro del Valle del Cauca se encuentra la Cooperativa de Caficultores del Centro de Valle – CAFICENTRO; comprometida con el desarrollo sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida de todos sus asociados.

Si bien es cierto que en este tema de estudio al tratarse de una cooperativa se reconoce que es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios; también es claro que su intención más allá de organizar conjuntamente un número de personas para llevar a cabo actividades de manera organizada se basa en la intención de hacer frente a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes a todos los socios de la empresa y a su vez suplir las necesidades insatisfechas, falencias y debilidades en materia de sistemas de salud, educación, capacitación sobre el cultivo del café y financiación para el alcance de proyectos de corto y mediano plazo; por este motivo se evalúan las políticas de Responsabilidad Social utilizadas por esta Cooperativa; permitiendo de esta manera conocer el alcance de sus prácticas empresariales y los cambios sociales, organizacionales y culturales que evidentemente tienen incidencia en la vida de sus asociados; permitiendo de esta manera identificar en algunas dimensiones, los impactos generados por los modelos de gestión de la RSE de Caficentro.

1.2.1 FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

De acuerdo a la descripción anterior, es necesario preguntarse:

**¿LAS POLITICAS DE FUNCIONAMIENTO DE CAFICENTRO- TULUA SON
COHERENTES CON LAS PERSPECTIVAS DE LA RSE?**

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar las políticas de responsabilidad social empresarial en el sector caficultor, caso Cooperativa Caficentro.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1.** Caracterizar los aspectos fundamentales de la responsabilidad social.
- 2.** Presentar la situación del sector caficultor en Colombia como escenario base para la identificación de las debilidades y falencias que pueden ser cubiertas por una cooperativa cafetera.
- 3.** Caracterizar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial de Caficentro encaminado en consecución con sus objetivos corporativos.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de grado se realiza con el fin de conocer de una manera detallada el ámbito de acción de la RSE; permitiendo de esta manera abordar un tema interesante y con un amplio campo de acción en el desarrollo futuro de nuestra profesión; aunque la responsabilidad social empresarial no es nada nuevo; durante los últimos años ha adquirido un mayor auge y tanto empresarios como gerentes, ahora están más conscientes y sensibles ante la verdadera magnitud de los problemas sociales y del impacto de las actividades empresariales en nuestra sociedad.

Aprender hoy en día a alinear e integrar iniciativas sociales con la actividad empresarial resulta totalmente necesario para los profesionales de la contaduría pública formados integralmente; ya que precisamente la responsabilidad social impulsa el fortalecimiento de la empresa, a través de la lealtad de los consumidores hacia una determinada marca.

Por otro lado realizar el presente trabajo enriquece los conocimientos personales y ayuda a tener una visión más amplia del poder que tienen las Cooperativas en el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados; en el desarrollo de estrategias empresariales y políticas contables que permitan la realización de proyectos con énfasis en la comunidad. Las iniciativas sociales no pueden ser acciones aisladas, deben ir de la mano de la misión, visión, valores y estrategia de la empresa. Precisamente allí es que está el éxito del negocio, en saber mantener un balance y una coherencia entre todas esas tareas; ya que dentro de nuestras labores en el futuro tendremos el saber asesorar las empresas a las cuales prestemos nuestros servicios.

Desde el punto de vista de la formación profesional, estudiar la Responsabilidad Social Empresarial, permite crear una conciencia social en los estudiantes, quienes a su vez comunican y asesoran a sus clientes; esto haría que cuando

alguien se plantea un negocio para la creación de empresa o estando dentro de una compañía desea incursionar en proyectos alternos a su ejercicio profesional, lo haga desde una perspectiva de RSE porque ya forma parte conciencia y por ende de su práctica profesional.

Desde los ojos de un profesional, que evalúa a diario las fortalezas y debilidades contables de las empresas, la RSE se ha convertido en un ítem trascendental y primordial a la hora de su evaluación. Sin embargo, el dilema no es sólo el distinguir si la compañía cuenta con prácticas de Responsabilidad Social o no, sino que cuando no cuenten con estas prácticas se puedan establecer mecanismos que permitan el cumplimiento de estas responsabilidades.

Entender el concepto de ética empresarial, de gobierno corporativo, de sostenibilidad; le da mayor peso y contundencia a la noción de responsabilidad social en un marco de referencia conceptual y académico que supera la noción de filantropía y que se comienza a concebir como estrategia corporativa, pauta de comportamiento organizacional, política empresarial, lineamiento corporativo, estilo de dirección y acción empresarial, mecanismo generador de capital social, más allá de unas simples tácticas de mercadeo y marketing social.

Por eso lo que puede aprenderse en el desarrollo de este tema de investigación, fundamenta suficientes argumentos para acertar en un criterio valorativo al hacer análisis y apreciaciones de la situación de una empresa desde el punto de vista de un profesional de la contaduría pública.

1.5 METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN

1.5.1 TIPO DE ESTUDIO

Esta investigación se desarrolló siguiendo el tipo de investigación descriptiva; la cual se basó en evidencias recogidas de grupos de individuos; estas evidencias se emplearon para identificar los signos y síntomas de problemas, debilidades o falencias en diversos aspectos de la vida de los asociados pertenecientes al sector caficultor y de esta manera caracterizar la población del rango de acción de la cooperativa Caficentro Tuluá permitiendo analizar sus políticas de RSE.

1.5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método que se utilizó fue el método inductivo; ya que a partir de los ejes fundamentales de funcionamiento de Caficentro, se analizaron e identificaron los puntos clave que inciden en la vida de los caficultores y su familia.

La investigación por medio del estudio de casos procede de las prácticas y experiencias de los asociados y se basa en la realidad, analizando inicialmente las particularidades de un caso concreto para identificar la situación del sector caficultor en general; mostrando la complejidad de la vida social y las necesidades del sector.

1.5.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

1.5.3.1 FUENTES PRIMARIAS

Se tuvo como fuente primaria la información de primera mano del personal interno de la organización; entre estos: la directora administrativa y comercial, la coordinadora financiera y contable, el personal del departamento de educación y comunicación y el personal del departamento de cartera. También se utilizaron los

estatutos de la cooperativa, los informes de gestión, los manuales de procesos y procedimientos y las carpetas de asambleas informativas para conocer la entidad y el desarrollo de sus actividades empresariales.

Además de las evidencias y opiniones de asociados que se han beneficiado de los proyectos de responsabilidad social de la cooperativa y participaron voluntariamente en reuniones programadas emitiendo su opinión acerca del cumplimiento de Caficentro como medio para mejorar su calidad de vida.

FUENTES SECUENDARIAS:

Algunos textos de apoyo para la investigación; fueron:

- Tesis sobre ser o aparentar la Responsabilidad Social.
- Teorías sobre responsabilidad Social.
- Artículos sobre las políticas que pueden establecer las empresas en materia de responsabilidad social empresarial.
- Documentos de las opiniones de caficultores acerca del agrado o desagrado con las políticas de Caficentro.
- Informes de gestión emitidos por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia como reflexión de la problemática de la actual crisis cafetera.

Mediante estas fuentes, se analizó desde los documentos escritos anteriores a esta investigación, lo que se había dicho acerca de la responsabilidad social y las características particulares del sector caficultor centrando el problema de investigación en el caso Caficentro; analizando el alcance de sus actividades en materia de responsabilidad social dentro de su rango de acción.

1.5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En el desarrollo de la tesis se contó con las siguientes técnicas de recolección de datos:

1.5.4.1 LA ENTREVISTA: Esta fue aplicada de manera interna a Sandra Patricia Gil Pacheco (Auxiliar crédito y cobranzas) , a Fernando Mondragón Barbosa (Promotor del departamento de educación) y a Irma Constanza Vega Díaz (directora administrativa y comercial) lo cual permitió conocer las estrategias corporativas encaminadas en razón del beneficio del sector caficultor como

práctica directa de la actividad de la Cooperativa y por otro lado la forma como las personas ven dichas estrategias o prácticas; para lo cual se realizaron dos entrevistas formales a los asociados Luis Alberto García Aguirre Y José Raúl Ramírez Marín; a su vez en la realización de jornadas descentralizadas en agencias se hicieron entrevistas informales a un asociado por cada agencia que diera su concepto sobre la realización de este tipo de actividades y la presencia de las áreas administrativas en las agencias o sucursales y no solo en la oficina principal.

1.5.4.2 OBSERVACIÓN: Se observaron las personas cuando asistían a las jornadas de la cooperativa, notando la actitud y la disposición ante las diferentes actividades realizadas; además desde el hecho de asistir y la postura en estas actividades se tomaban referencias del agrado o desagrado de lo que se estaba realizando.

1.5.5 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La información recolectada por medio de las entrevistas está contenida dentro de los anexos y referenciada dentro del capítulo IV; permitiendo de esta manera el análisis y la identificación de factores con mayor representatividad; puesto que estas mostraron el impacto en la vida de las personas; y con esto se analizaron los ejes fundamentales de acción de la Cooperativa y el desarrollo sostenible de la comunidad; se siguieron unos pasos en el tratamiento de la información; así:

- Identificar los asociados y lo empleados que decidieran participar voluntariamente en la entrevista.
- Se realizaron las respectivas preguntas y se tomó nota de las respuestas.
- La información se presenta de manera escrita en los anexos.
- Se cita dentro del capítulo IV diferentes opiniones.

En el caso de la observación, se realizó en las jornadas descentralizadas realizadas en las diferentes agencias; una por mes; la principal ventaja de esta observación es que las actitudes y posturas de los asociados y los caficultores en

general fueron percibidos en el momento mismo en que ocurrieron, sin ninguna clase de intermediación ni distorsión.

1.5.6 PASOS DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se centró en analizar las prácticas de RSE implementadas por la Cooperativa de Caficultores del centro del valle para identificar su aporte a la comunidad; e identificar la forma en que las prácticas sociales hacen parte de las actividades normales de una empresa; para ello se desarrollaron los siguientes pasos:

- 1.** Conocer la entidad y el concepto de RSE: Para la cual se partió del conocimiento de entidad con conceptos básicos de creación, estatutos, manuales de funciones y procedimientos y a su vez de los organismos de control con los que tiene relación directa; además se leyeron diferentes textos y autores sobre responsabilidad social que permitieron establecer conceptos y opiniones de temas ya estudiados.
- 2.** Conocer la población cafetera e identificar problemáticas a solucionar: Se leyó sobre la constitución del sector caficultor y las problemáticas que necesitan soluciones inmediatas para mejoramiento de la calidad de vida posteriormente con esta información se identificaron prácticas en el departamento de educación y comunicaciones (beneficios en materia de salud y programas de educación) y la financiación de proyectos para el mejoramiento de la infraestructura productiva de la finca departamento de cartera)
- 3.** Entrevistar asociados y empleados: En esta parte de la investigación se documentaron 3 entrevistas de empleados y 2 entrevistas formales de caficultores asociados; además 5 entrevistas informales realizadas en las jornadas descentralizadas.

4. Sistematizar la información recolectada: En el capítulo IV se citaron varias opiniones que se encuentran contenidas en las entrevistas; la cuales están contenidas de manera completa en los anexos del trabajo; se analizaron los datos obtenidos y se argumentaron acerca de los procesos actuales y se emitieron conclusiones sobre la RSE.
5. Teniendo la tesis terminada se encuentra lista para que sea evaluada y después realizar la sustentación; contribuyendo en la difusión de conceptos de RSE de Caficentro-Tuluá.

2. PRINCIPALES REFERENTES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En el presente capítulo se desarrolla el concepto de responsabilidad social y responsabilidad social empresarial, el concepto de empresa, empresario, ética de la empresa y los tipos de responsabilidad social empresarial -interna y -externa.

La clasificación de responsabilidad social empresarial permite distinguir entre su ámbito interno y externo, reconociendo los distintos agentes que se ven impactados por las acciones y políticas de la empresa.

La forma en que se muestra el concepto de responsabilidad social se encuentra brevemente descrita a través del tiempo, desde que nace el concepto como consecuencia de la crisis del capitalismo hasta su aceptación actualmente en el ámbito nacional e internacional.

Posteriormente se desarrolla el concepto de responsabilidad social cooperativa y se muestra el Balance Social Cooperativo, como herramienta para medir la gestión socioeconómica de una cooperativa.

Por último se contrasta brevemente la responsabilidad social empresarial y la cooperativa.

2.1 DESARROLLO DEL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Al investigar sobre Responsabilidad social empresarial se encuentran diferentes opiniones y conceptos acerca del significado de este término; entre estos se encuentra que es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con los accionistas, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales"⁶.

⁶ INSTITUTO ETHOS. *Conceptos Básicos e indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. [En Línea] 1ª Edición en Español. Publicada Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa (CE & CC). Caracas. 2005*
<<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-59dConceptosBasicoseIndicadoresManual.pdf>>

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario.

La tecnología y el avance científico predominan cada día, se está en búsqueda constante de acceder a más información y no es solo de conocimiento sino también de la vida privada de las personas; se necesita además acumular bienes para tener una mejor calidad de vida según se ha concebido un nivel mayor de bienestar de acuerdo a los bienes que se posean; además se considera la eficiencia y la eficacia, actitudes positivas frente al compromiso y al cumplimiento; no se deja a un lado la buena educación pero se requiere además de esto unas habilidades comunicativas que le permitan el éxito en los negocios para que las personas sean consideradas como parte productiva de la sociedad.

En la actualidad el desarrollo del estado tiene una relación biunívoca que se caracteriza por un juego en medio de relaciones de poder, en este escenario el sector empresarial ha ganado fuerza en la medida de que el capital que administran hace parte de algunas políticas de estado; por tal razón el poder del estado se ve disminuido porque ha sido necesario ceder al capital privado algunas de sus responsabilidades.

Al ceder algunas de las responsabilidades al capital privado, el mundo estaba entendiendo la necesidad de mejorar la calidad de vida de las personas y encontró en las empresas el motor que permitiera a las familias el conseguir los bienes y servicios necesarios para vivir y a su vez encontraron allí la fuente de trabajo que a través de un pago justo les permitiera tener el dinero para su sustento.

Analizando el campo de la empresa y la forma en cómo importantes autores opinaron al respecto, Aktouf⁷ sostuvo que siempre se ha mantenido la inadmisibles división social y técnica del trabajo, en momentos en que la organización requiere iniciativa, creatividad y adaptación a los cambios, lo cual implica una gran movilización de inteligencia. Rechaza además la degradación del empleado en un ser pasivo y automatizado, crítica compartida por otros analistas, con eco incluso en el campo de las letras, caso de Ernesto Sábato, quien repudia desde su visión humanística la aparición del “hombre masa” desprovisto de sus calidades esenciales, sin otras oportunidades que clamar por la conservación de su puesto de trabajo, sometido a la subordinación sistemática, en un medio sociopolítico y empresarial que no le ofrece una vida digna.

La angustia de las personas anteriormente se basaba en cuestiones metafísicas y religiosas; pero estas fueron reemplazadas por la eficacia, la precisión y el saber técnico; es decir ya la vida de las personas no giraba en torno a encontrar el porqué de su existencia y la labor en el mundo en el que se encontraba sino que se basó en una concepción más realista y basada en el trabajo, en los medios para subsistir.

Esta situación es descrita por Sabato⁸ como el resultado de dos fuerzas dinámicas y amorales: el dinero y la razón. Con ellas, el hombre conquista el poder. Pero —y ahí está la raíz de la paradoja— esa conquista se hace mediante la abstracción: desde el lingote de oro hasta el clearing, desde la palanca hasta el logaritmo, la historia del creciente dominio del hombre sobre el universo ha sido también la historia de las sucesivas abstracciones. El capitalismo moderno y la ciencia positiva son las dos caras de una misma realidad desposeída de atributos concretos, de una abstracta fantasmagoría de la que también forma parte el hombre, pero no ya el hombre concreto e individual sino el hombre-masa, ese

7 MONROY, Sonia. *Enfoque y conceptos de una administración renovada, el aporte de Aktouf. Innovar. Revista de las ciencias administrativas y sociales. Julio, 2005. Vol. 15. N° 026. P 3-4.*

⁸SABATO, Ernesto. *Antes del Fin. Cuarta Edición. Independencia, Buenos Aires. Compañía Editora Espasa Calpe Argentina S.A. Grupo Editorial Planeta.1998.*

extraño ser con aspecto todavía humano, con ojos y llanto, voz y emociones, pero en verdad engranaje de una gigantesca maquinaria anónima.

A medida que pasa el tiempo la responsabilidad social ha cambiado; lo que era bueno para algunos, con el tiempo se convirtió en un delito y viceversa, las personas tienen la obligación de ser responsables con la sociedad moral y legalmente, independientemente si no están de acuerdo; cabe resaltar que las normas de conducta las determina la entidad que tenga más poder en el momento, como la iglesia, el Estado y actualmente las empresas.

En la historia del capitalismo, se observa que la forma en que mejor se organizó su sistema fue a través de la creación de empresas, que significó la manifestación de las iniciativas de emprendimiento de las personas en libertad de hacerlo; dedicándose a una actividad económica específica evidenciada en la propiedad privada de los medios de producción.

El capitalismo permite que los individuos y las empresas lleven a cabo la producción y el intercambio de bienes o de servicios en forma libre dentro de la división del trabajo, con el propósito necesario del beneficio monetario para la obtención de recursos en función de cualquier orden de fines dentro del marco de una cooperación mediática.

Según Adam Smith⁹, los seres humanos siempre han manifestado una tendencia a “realizar trueques”, intercambiar una cosa que se posee por otra que se necesita; evidenciándose de esta manera que el origen del comercio se dio de forma natural en la humanidad.

El impulso natural de las personas hacia temas como el comercio y el intercambio fue impulsado por las Cruzadas que se organizaron en Europa occidental desde el siglo XI hasta el siglo XIII. Las grandes travesías y expediciones de los siglos XV y XVI reforzaron estas tendencias y fomentaron el comercio, sobre todo tras el

⁹SMITH, Adam. *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Valladolid. Traducido al castellano por Lic. Josep Alonso Ortiz. 1794.

descubrimiento del Nuevo Mundo y la entrada en Europa de cantidades de metales preciosos provenientes de las nuevas tierras. Por esta transformación del mundo, en el orden económico como resultado de estos acontecimientos fue un sistema en el que predominaba lo comercial o mercantil, es decir, cuyo objetivo principal consistía en intercambiar bienes y no en producirlos.¹⁰

La importancia de producir apareció con la Revolución Industrial que tuvo lugar en el siglo XIX. Sin embargo, ya antes del inicio de la industrialización se había dado origen a una de las figuras más importantes dentro del capitalismo, este es el empresario, que es, según Schumpeter, el individuo que asume riesgos económicos no personales.

Para Schumpeter¹¹ el empresario no es aquel que se adapta a los cambios provocados desde afuera, sino aquel que, desde adentro, a partir de la innovación, desata el proceso de destrucción creativa, es decir ir más allá de las innovaciones técnicas que le permiten al empresario hacer más con menos, es la invención de mejores bienes y servicios con los cuales los consumidores satisfagan necesidades.

De esta manera Schumpeter utiliza el término de destrucción creativa, para referirse a que la forma utilizada para producir un bien, prestar determinado servicio o dirigir una organización se vuelve obsoleto, lo cual obliga a su transformación. El proceso de destrucción creativa ocasiona que lo bueno sustituya a lo malo, lo mejor a lo bueno, y lo excelente a lo mejor.

Un elemento clave del capitalismo es la iniciación de una actividad con el fin de obtener beneficios en el futuro; se sabe además que esos beneficios futuros son desconocidos, tanto la posibilidad de obtener ganancias como el riesgo de incurrir en pérdidas son dos resultados posibles dentro del giro ordinario de los negocios,

¹⁰ RUNCIMAN, Steven. *Historia de Las Cruzadas*. Barcelona. 3 Edición. Editorial Alianza, 2008.

¹¹ SCHUMPETER, Joseph. *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona. Editorial Folio, 1934.

por lo que el papel del empresario se basa en asumir ese riesgo; el de tener pérdidas o ganancias.

Se reconoció además que el fin de una empresa debía ser el de producir ganancias; ya que de esta manera se proporcionaban las condiciones necesarias para el crecimiento y desarrollo de la empresa; y a su vez del capitalismo. Este crecimiento fue posible gracias a la acumulación del excedente económico que generaba el empresario privado y a la reinversión de este excedente para generar mayor crecimiento, lo cual generó industrialización en las regiones.

A medida que los empresarios centran la atención en conseguir el máximo beneficio económico de la empresa surge la crítica al capitalismo; para las personas este sistema económico se caracteriza por la explotación económica de la fuerza de trabajo del hombre al constituir el trabajo como una mercancía más.

Al definir el trabajo como una mercancía más se convierte en la primera condición que sería su principal contradicción: la definición de capitalismo menciona medios de producción privados pero se obtienen con fuerza de trabajo colectiva, de este modo; la contradicción se da en que mientras en el capitalismo se produce de forma colectiva, el disfrute de las riquezas generadas es privado, a diferencia de otros sistemas económicos; en este, el sector privado da un salario a sus obreros como compra de esa fuerza de trabajo.

Los críticos del capitalismo lo responsabilizan de generar numerosas desigualdades económicas; aumentando la brecha que separa los ricos de los pobres; tales desigualdades eran muy acusadas; sin embargo se experimentaron notables mejorías en los países industrializados y fue precisamente en esta época del capitalismo que se crea la necesidad para las empresas y al Estado en sí, de ofrecer un mayor bienestar a la comunidad a la que pertenecen; reconociendo los efectos negativos del capitalismo e impulsando el nacimiento de una serie de políticas sociales.

Durante la década de los 50's en los Estados Unidos, grupos de activistas religiosos con impacto mediático deciden no apoyar ni invertir en compañías cuyos productos o servicios hicieran peligrar el tejido moral de la sociedad, pues consideraban no ético lucrarse de ello. Así, compañías que promocionaban el alcohol, el juego y el tabaco fueron “boicoteadas” y perjudicadas por las acciones de ciertos círculos sociales.

La mundialización y los escándalos de corrupción en algunas multinacionales, produjo que el mundo se comenzara a cuestionar sobre el modelo tradicional de hacer empresa; al respecto Peter Drucker en su libro “Competitive Strategy de 1980”, se convirtió en una “biblia”. Retomó en él, el modelo propuesto por Milton Friedman¹² según el cual “el objetivo de las corporaciones es maximizar y optimizar sus niveles de beneficios económicos”.

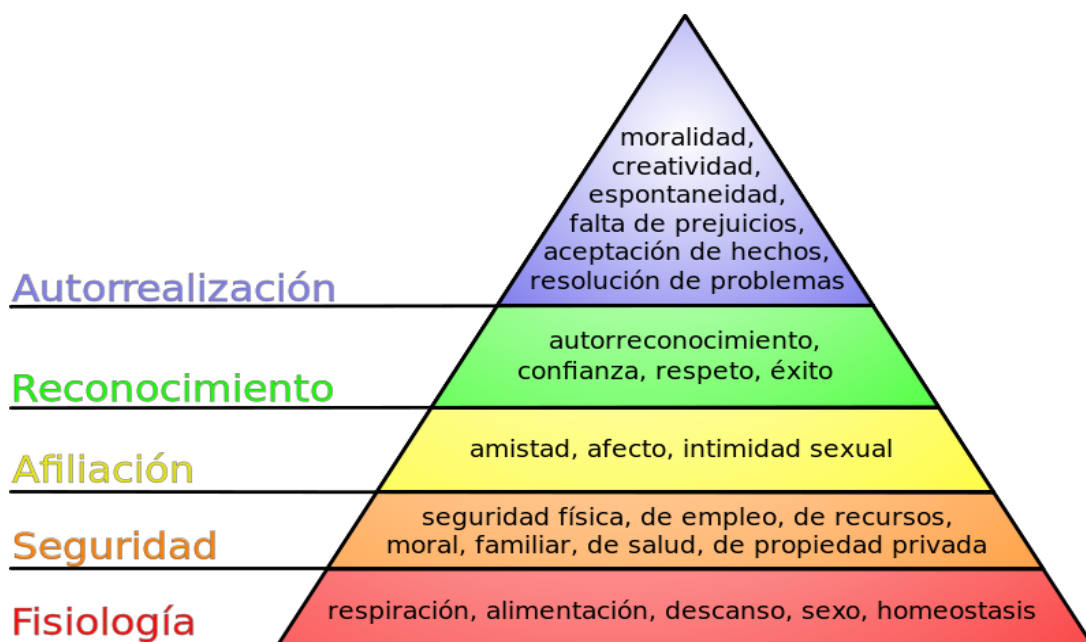
Se comenzó a hablar de las responsabilidades que generaban las actividades de las organizaciones sobre sus comunidades, sobre el manejo de sus residuos, sobre la relación con los grupos de interés y sobre la sostenibilidad de la organización en términos de su perspectiva externa y su reputación.

Muestra de las afirmaciones de significativos pensadores de la época como Abraham Maslow, Frederick Taylor y Henri Fayol, quienes se concentraban en el comportamiento del personal interno de la organización en función de su eficiencia, eficacia y por supuesto productividad. Sin embargo, dentro de sus estudios y propuestas es posible ver cómo avanzaban en introducir a sus modelos, el bienestar del ser humano al interior de la organización para la cual trabajan.

¹² ROITSTEIN, Florencia. *La Responsabilidad Social Empresarial: Tendencias y Oportunidades. Revista Latinoamericana de administración.*, 2004. Número 32. Pág. 9.

En el caso de Maslow¹³, propone una pirámide basada en las distintas necesidades del ser humano y que el autor ha jerarquizado en cinco dimensiones, desde las más básicas hasta las más complejas. Estas necesidades del hombre, son esenciales para la satisfacción y motivación del ser al interior de su organización, y es por esto, que la satisfacción de estas necesidades, por parte de la organización, se ha convertido en un campo de práctica de la Responsabilidad Social que permite orientar el trabajo con y para los colaboradores de las organizaciones.

Gráfico N° 1: Pirámide de las Necesidades Humanas de Maslow



Fuente: Teoría de las necesidades humanas. Maslow. 1943.

Disponible en internet: http://encina.pntic.mec.es/plop0023/psicologos/psicologos_maslow.pdf.

Abraham Maslow diseñó una teoría psicológica en 1943, orientada a motivar al ser humano, que trabaja en una organización, satisfaciendo sus necesidades básicas para así promover los deseos más elevados y necesidades más satisfechas. Así, dentro del discurso motivacional de estos autores, la responsabilidad social empresarial encontró un ámbito para su accionar con la comunidad interna; un ámbito que hoy por hoy, muchas organizaciones no han podido insertar entre sus

¹³MASLOW, Abraham. *Teoría de la Motivación Humana*. Editorial PsychologicalReview. 1943

prácticas y que es desde las esferas más importantes de las organizaciones donde se piensa cubrir, mediante un plan de responsabilidad social sólido y coyuntural con todos sus públicos.

Es precisamente a finales del siglo XIX cuando la responsabilidad de las empresas consideradas dentro del marco de la responsabilidad social empresarial tiene su origen; debido a que algunos empresarios de Estados Unidos y Europa se preocuparon por temas como la vivienda, el bienestar y la caridad para con sus empleados; temas que hasta entonces no habían sido considerados dentro de las políticas internas del manejo de las empresas como un punto importante y necesario que pudiera tener incidencia sobre la calidad de vida del empleado.

Hasta entonces se había analizado la responsabilidad social empresarial dentro de un contexto interno, Por una parte, la responsabilidad social interna de la empresa se refiere al desarrollo de acciones, políticas y programas relacionados a dos aspectos:

1. La responsabilidad económica de la empresa con sus accionistas.
2. La responsabilidad de la empresa en materia laboral, para con los trabajadores.

La responsabilidad social que la empresa lleva a cabo de manera interna, en los dos aspectos mencionados, es indispensable para que logre la subsistencia dentro de la industria con un funcionamiento adecuado a las exigencias del mercado. Es importante destacar que ambos aspectos dependen directamente el uno del otro. Por un lado, la responsabilidad económica de la empresa es necesaria para aumentar el nivel de empleo, ampliando su alcance a un mayor número de personas pertenecientes a la fuerza de trabajo; además, si la empresa se desempeña eficientemente, con un nivel de rentabilidad acorde a las exigencias de los inversionistas, le será más fácil cumplir con sus deberes como empleadora, teniendo la posibilidad de brindar una mayor gama de beneficios a sus

trabajadores. Por otro lado, si la responsabilidad laboral de la empresa se logra efectivamente, la firma podrá alcanzar mayores niveles de productividad, con un personal motivado y de mayor rendimiento, lo que se traduce en una mayor rentabilidad, contribuyendo al logro de su responsabilidad económica.

Y por otro lado, las opiniones acerca de la RSE externa, se refiere a acciones, políticas y programas orientados a la comunidad, a cualquier grupo o problema social, no directamente relacionado con la empresa mediante una relación contractual o económica.

En los últimos treinta años, la evolución de la Responsabilidad Social Empresarial se ha caracterizado por el surgimiento de diversas iniciativas que buscan estructurar la concepción, la gestión y el reporte de las políticas y acciones emprendidas por las empresas.

El hecho de encontrarse múltiples conceptos y estructuras de reportes de información en materia de RSE, se pone de manifiesto la presencia de múltiples interpretaciones y definiciones de Responsabilidad Social Empresarial.

No obstante en medio de esta diversidad de análisis y conceptos, se han posicionado visiones con mayor impacto institucional; como es el caso del Libro Verde, publicado por la Unión Europea (relativo a la responsabilidad social de las empresas) se dejaron plasmados los objetivos ampliamente respaldados de crecimiento inteligente, sostenible e integrador fijados para Europa para el año 2020; las cuales para la Unión Europea dependen de la investigación y la innovación en el presente; y que por medio de estas, se constituyen los motores fundamentales de la prosperidad social y económica, así como de la sostenibilidad del medio ambiente; también se resalta la importancia de la competitividad y el impacto social definiendo así a la Responsabilidad Social como: “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y

medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”¹⁴

En los últimos años, la responsabilidad social empresarial ha tenido un auge pero a la vez se ha visto un notable incremento de las crisis sociales, económicas, financieras y sistémicas, lo que implica cuestionarnos por las acciones de fondo que se han emprendido.

En el artículo de la Pontificia Universidad Javeriana titulado “Los Informes de Responsabilidad Social Empresarial: Su evolución y contexto internacional y colombiano”¹⁵; escrito por Mauricio Gómez Villegas y Diego Alexander Quintanilla que evidencia el resumen de una investigación acerca de los objetivos de la construcción de informes para identificar, caracterizar y evaluar la evolución de la responsabilidad social y a su vez analizar el incremento considerable de los proyecto de responsabilidad social empresarial de manera que permita comprender las causas y efectos de estos programas. Este crecimiento exponencial de la Responsabilidad social empresarial expresa más que un cambio de concepción y operación de los negocios, una transformación de la conciencia empresarial.

En resumen, el concepto de responsabilidad social empresarial se puede definir como un compromiso empresarial, fruto de la participación voluntaria, en el bienestar social y medioambiental, relaciones laborales, comerciales, productivas y comunicacionales; y esta define el tipo de país, de empresa o de humanidad que se está construyendo; pues si bien es una iniciativa de carácter voluntario las acciones del presente se verán evidenciadas en la sociedad que se quiere para futuras generaciones.

¹⁴Libro Verde de la Comisión Europea, *La Responsabilidad Social de las Empresas: Una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. Publicada en las ediciones impresas del diario oficial de las comunidades europeas. Barcelona. 2002

¹⁵GÓMEZ, Mauricio & QUINTANILLA, Diego Alexander (2012). *Los Informes de Responsabilidad Social Empresarial: Su evolución y contexto internacional y colombiano*. Cuadernos de contabilidad, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá. 13 (32), 121 – 158.

Para la catedrática de Ética de la Universidad de Valencia Adela Cortina, directora de la Fundación para la Ética de los Negocios; "El concepto moderno de empresa ha de incluir necesariamente cuestiones éticas"¹⁶; tal como lo sostuvo en una entrevista. La catedrática habló en esta entrevista cuestiones de temas como los valores que han de existir en la globalización, la necesidad de una ética global, la responsabilidad de las empresas y la guerra. Afirmó en esta entrevista: "Desde el punto de vista ético, en primer lugar es evidente que el mundo actual presenta connotaciones de globalidad, por lo que se hace necesario hablar de unos principios éticos globales o de una ética global. Siguiendo a Max Weber, el mundo necesita de una ética de la responsabilidad convencida, puesto que, al ser tan global, es imprescindible medir y tener en cuenta las consecuencias de nuestras acciones, que pueden extenderse más allá de nuestras fronteras. Pero, al mismo tiempo, existe también la obligación de actuar partiendo de unos principios sin los que este mundo dejaría de ser sostenible, como la tolerancia activa, la dignidad de todas las personas y la libertad.

La responsabilidad social empresarial no siempre es "positiva", significando que hay una responsabilidad de actuar; sino también "negativa", significando que hay responsabilidad de abstenerse de actuar de la manera en que podría hacerse debido a lo que podrían llegar a afectarse.

En el siglo XX y con el desarrollo del Estado de Bienestar, las actuaciones filantrópicas se volvieron relaciones formales integrales que ya no se encontraban únicamente dentro de la conciencia de las personas sino moralmente identificadas y ratificadas dentro de las empresas; pues hasta entonces el único objetivo empresarial había sido aumentar la productividad y los beneficios económicos de los propietarios.

¹⁶ REVISTA DE POLÍTICA SOCIAL - MANOS UNIDAS.org. *El concepto moderno de empresa ha de incluir necesariamente cuestiones éticas.* 2004

Adicionalmente, en esta misma década, la atención prestada por parte de los medios de comunicación a asuntos de Responsabilidad Social aumentó, afectando la reputación de las organizaciones en forma positiva o negativa de manera casi inmediata, debido a la rapidez con la que viaja la información en medios como Internet.

En definitiva, dos hechos como la exposición social y la visibilidad mundial a la que estaban sometidas las empresas con el fenómeno de globalización, condujeron al mundo hacia un camino distinto. La preocupación empresarial, se había desvirtuado de lo meramente económico para concentrarse en hacer contratos sociales que generaran un balance entre el contrato económico y el contrato social.

Lo anterior se hace evidente en la década de los 90's, cuando se hace común la inversión en Responsabilidad Social Corporativa en el mundo financiero. Sin embargo, la calidad de las prácticas de gobierno y el análisis de las prácticas de responsabilidad social no fueron tomadas en cuenta sino hasta el momento en que los escándalos contables y las malas prácticas corporativas se hicieron realidad. A raíz de esto las compañías se dan cuenta que su rendimiento económico-financiero depende en gran medida de buenas prácticas de Responsabilidad Social Corporativa.

En la década de los 90', en la reunión anual del Foro Económico Mundial se anunció el Global Compact ¹⁷(Pacto Mundial) el cual es un instrumento de las Naciones Unidas (ONU); cuyo fin es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las

¹⁷La Oficina del Pacto Global está conformada por seis agencias de las Naciones Unidas: el Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACDH), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI).

empresas, con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y organizaciones no gubernamentales (ONGs), sobre la base de 9 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.

2.1.1 PRINCIPIO DEL PACTO GLOBAL

Gráfico N° 2: Los nueve principios del Pacto Global

Derechos Humanos	
Principio N° 1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia.
Principio N° 2	Deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.
Trabajo	
Principio N° 3	Se pide a las empresas que apoyen la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva
Principio N° 4	Que promuevan la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio
Principio N° 5	Que promuevan la abolición efectiva del trabajo infantil
Principio N° 6	Que promuevan la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación
Medio Ambiente	
Principio N° 7	Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales
Principio N° 8	Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental
Principio N° 9	Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales

Fuente: Elaboración propia con base en El Pacto Global

Los aliados en este Pacto son la OIT, Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los derechos humanos (UNHCR), Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PNUMA), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), los que manejan aspectos normativos y operativos.

A este pacto pueden adherirse empresas en general, individuales, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones laborales, instituciones académicas, asociaciones empresariales y gremios empresariales, siendo una iniciativa de carácter voluntario.

En septiembre de 2004 se estableció dentro de ISO, un grupo de trabajo para desarrollar una norma internacional que fuera una guía para la Responsabilidad Social. El objetivo de este grupo fue realizar un documento guía, escrito en un lenguaje simple que fuera entendible y utilizable. Ese trabajo pretendió agregar valor y no reemplazar los acuerdos gubernamentales existentes que tienen relevancia para la responsabilidad social, como son la declaración universal de derechos humanos de las naciones unidas, y aquellas adoptadas por la organización internacional del trabajo (OIT). La norma es aplicable para organizaciones de todos los tamaños, en países en cualquier etapa de desarrollo.

Después de que el grupo crea la guía, se establece la ISO 26000; la cual es una norma que ayuda a las organizaciones a abordar temas de responsabilidad social, a la vez que se respetan las diferencias culturales, sociales, ambientales y legales, y las condiciones de desarrollo económico; además proporciona una guía práctica a hacer operativa para reforzar la credibilidad de los informes sobre temas de responsabilidad social empresarial e impacto social.

2.1.2 SIETE PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL – ISO 26000

Gráfico N° 3: Los siete principios de la Norma ISO 26000.



Fuente: Elaboración propia con base en: ISO 26000

PRINCIPIO 1: Rendición de cuentas. Consiste en que una Organización debe rendir cuentas ante las autoridades competentes, para dar testimonio del impacto en la sociedad, la economía y el medio ambiente y las acciones tomadas para prevenir impactos negativos.

PRINCIPIO 2: Transparencia. Consiste en que una Organización debe ser transparente en sus decisiones y actividades que impacten a la sociedad y el medio ambiente. Revelando de forma clara, precisa y completa la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que son responsables, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente.

PRINCIPIO 3: Comportamiento ético. Consiste en que el comportamiento de una organización debe basarse en los valores de la honestidad, equidad e integridad.

PRINCIPIO 4: Respeto a los intereses de las parte interesadas: Consiste en que una Organización debe respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas..

PRINCIPIO 5: Respeto al principio de legalidad. Consiste en que aceptar que el respeto al principio de legalidad es obligatorio; entendiendo la legalidad como la idea de que ningún individuo u Organización está por encima de la ley y de que los Gobiernos están también sujetos a la ley.

PRINCIPIO 6: Respeto a la norma internacional de comportamiento: La organización debería esforzarse por respetar las normas internacionales aún y cuando la ley o su implementación no salvaguarden los aspectos ambientales y sociales.

PRINCIPIO 7: Respeto a los derechos humanos: Reconocer la importancia de los derechos humanos y su universalidad.

2.2.3 MATERIAS FUNDAMENTALES DE RSE

Gráfico N° 4: Materias Fundamentales de RSE de la Norma ISO 26000.



Fuente: Elaboración propia con base en: ISO 26000

Para definir en un contexto amplio las prácticas de RSE, la norma ISO 26000 delimita las materias fundamentales en las cuales deben trabajar las empresas para ser socialmente responsables.

- I. **Gobernanza de la Organización:** La gobernanza de la Organización es la forma como la administración de una entidad lleva a cabo la toma de decisiones para alcanzar los objetivos corporativos; dentro de esta gobernanza es ideal que la consecución de estos objetivos esté de la mano de las prácticas de RSE y no se tome como un hecho aislado; sino que se vincule con las actividades normales dentro de la empresa.
- II. **Derechos Humanos:** Son los derechos básicos que deben garantizarse a los ciudadanos; en estos entran a tenerse en cuenta los civiles, políticos, económicos, sociales y culturales; como lo son el derecho a la vida y a la libertad, la igualdad, la libertad de expresión, al trabajo, a la alimentación, a la salud, a la educación y el derecho a la seguridad social.
- III. **Prácticas laborales:** Las prácticas laborales de una Organización comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo; dentro de esta materia fundamental se incluye la selección de personal, promoción interna de trabajadores por buen desempeño, manuales de procedimientos y funciones que especifican la forma de hacer las tareas propias de cada puesto de trabajo, procedimientos disciplinarios, finalización de contratos de trabajo; salud; seguridad e higiene industrial.
- IV. **Medio Ambiente:** Las decisiones y actividades de las organizaciones que generen un impacto en el medio ambiente deben adoptar un enfoque de conservación de recursos naturales o recuperación de estos recursos después de un tiempo determinado de uso.
- V. **Prácticas Justas de operación:** Estas prácticas justas se refieren a la conducta ética de una empresa en sus transacciones con otras organizaciones, con El Estado, con sus socios, proveedores, contratistas, clientes y con la competencia.

- VI. Asuntos de Consumidores:** Esta materia fundamental resalta el papel de la empresa frente a sus clientes y la importancia de proporcionar toda la información necesaria incluida la información sobre su uso, reparación y disposición final.
- VII. Participación Activa y desarrollo de la comunidad:** Las entidades deben procurar practicas no solo de responsabilidad social sino de participación activa en las actividades cívicas de la empresa; de manera que se busque el desarrollo de la comunidad a través de actividades de estimulen la participación ciudadana y las buenas costumbres.

A lo largo de este trabajo se analizará el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, caso CAFICENTRO, Tuluá; reconociendo su radio de acción dentro del sector solidario a través de la aplicación de políticas responsables en el mejoramiento de la calidad de vida del sector caficultor.

Vale destacar que ser socialmente responsable trae múltiples beneficios a las organizaciones que adoptan estas prácticas entre los cuales se evidencia que estrecha las relaciones y genera fidelidad y satisfacción creciente con los stakeholders, establece un marco de gestión basado en el desarrollo sostenible, promueve un modelo para prevenir y afrontar los conflictos, mejora la capacidad de generar confianza pública y protege e incrementa la reputación de las organizaciones.

Los principios y fundamentos de la responsabilidad social empresarial en general pueden aplicarse a todo tipo de organización. En especial interés a destacar en este trabajo lo concerniente a las organizaciones dedicadas a la actividad del cooperativismo. Si bien estas organizaciones se caracterizan por sus propios postulados es pertinente analizar cómo ellas desarrollan, promueven, planean y ejecutan acciones de responsabilidad social empresarial. En el capítulo siguiente se mostrara entonces cuales son los ejes sobre los cuales se soporta el trabajo de una cooperativa específicamente del sector caficultor, con el propósito de

identificar cómo se apropian de algunos de los planteamientos de la responsabilidad social empresarial.

2.2 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR COOPERATIVO

Los planteamientos presentados sobre la responsabilidad social en el sector caficultor están basados en conceptos generales de la Federación Nacional de Cafeteros, evidenciados en sus informes de gestión.

En general, se habla de responsabilidad social empresarial desde un punto de vista medioambiental; refiriéndose a un programa sistemático, a nivel de empresa, para el monitoreo y la reducción de los impactos ambientales asociados con actividades tales como producción, procesamiento y transporte. Esto puede incluir el rediseñar los sistemas de fabricación, almacenamiento y entrega para reducir el consumo de energía, agua y de productos químicos. También puede incluir el tratamiento y el reciclamiento apropiados de los residuos; la sustitución por fuentes de energía blanda alternativa; la reducción de los riesgos a la salud en el trabajo; control de calidad y prevención de la contaminación de productos; y el diseño de instalaciones para mejorar las cualidades estéticas y para minimizar aspectos tales como erosión, residuos líquidos, polvo, ruido, plagas y tránsito.

De manera particular, en las empresas se habla de desarrollo sostenible¹⁸; otorgándole un sentido más amplio que abarca objetivos sociales, económicos, políticos y ambientales.

La intención de una cooperativa es hacer frente a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes a todos los socios mediante una entidad que garantice el cumplimiento de la legislación y la filosofía de este tipo de iniciativas. La diversidad de necesidades y aspiraciones (trabajo, consumo, comercialización conjunta, enseñanza, crédito, entre otras.) de los socios, que

¹⁸X Congreso Mundial de Sociología Rural, celebrado del 30 de julio al 5 de agosto del 2000, en Río de Janeiro, Brasil

conforman el objeto social o actividad cooperativa, es así como las cooperativas constituyen la forma más conocida de entidades de economía social.

De lo anterior se puede deducir que la Responsabilidad Social Cooperativa (RSCoop) se refiere a un tipo de desarrollo o cultura empresarial que está encaminada a aumentar la calidad de vida de agentes internos y externos, en ella se busca no poner en peligro la sostenibilidad de las comunidades vecinas como tampoco de las generaciones futuras; como consecuencia de sus actividades empresariales; más precisamente se enfoca en generar un impacto positivo sobre la vida de sus asociados y poblaciones cercanas.

Las cooperativas tienen una experiencia reconocida en el ámbito de la responsabilidad social y las sitúa en una mejor posición estratégica. En este sentido, la Comunicación de la Comisión Europea relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible indica que “Las cooperativas y otras empresas de tipo mutualista y asociativo tienen una larga tradición en combinar viabilidad económica y responsabilidad social gracias al diálogo entre las partes interesadas y a la gestión participativa, y pueden servir de referencia a otras organizaciones”¹⁹. Con esta declaración la Comisión deja claro que la Responsabilidad social empresarial no es nada nuevo para las sociedades cooperativas, siendo entidades exponentes de la responsabilidad social. Desde el cooperativismo mismo; es decir, desde las raíces de estas organizaciones se crea una muy directa entre los valores de la Responsabilidad social y los principios mismos de las cooperativas.

Por otro lado, se reconoce que la actividad propia de las empresas requiere del uso de unos recursos (en algunos casos recursos naturales), de otro enfoque que presenta la responsabilidad social consistente en no producir ningún daño

¹⁹Comunicación Europea: “RSE, Contribución al desarrollo sostenible” [en línea], disponible en: http://www.observatoriorgsc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=188%3Acomunicacion-relativa-a-la-rse-julio-2002&catid=41&Itemid=81&lang=es

duradero, es decir no agotar los recursos sino usarlos de manera consciente en la producción y generar políticas adecuadas para la recuperación de los mismos.

Una actividad empresarial consiente exige la modificación de las actividades humanas de modo tal que sea posible trabajar en armonía con los procesos naturales, reduciendo la degradación y contaminación de la naturaleza. Asigna una responsabilidad adicional a los seres humanos: tratar el mundo de manera que eviten la destrucción de la diversidad biológica y cultural. De este modo las cooperativas de sectores agrícolas se basan en estos planteamientos para procurar el cuidado de la tierra.

Desde el punto de vista de los procesos sociales y ambientales, el desarrollo sostenible se puede enmarcar en un conjunto de relaciones apropiadas entre las personas y las personas con la naturaleza.

En las actividades de las cooperativas la responsabilidad es uno de los ejes fundamentales de funcionamiento de estas entidades, todas sus actividades se enmarcan dentro de un sistema solidario, el de Responsabilidad Social.

La Responsabilidad Social cooperativa intenta demostrar que el mundo de los negocios puede mejorar la sociedad a través de comportamientos éticos responsables e informes transparentes, íntegros y confiables que respalden el compromiso con sus asociados.

Aunque paralelamente existen los propósitos de la responsabilidad social empresarial, no es precisamente lo mismo que responsabilidad social cooperativa, en la medida que la primera en general engloba acciones voluntarias que van más allá de las obligaciones legales, en áreas como: el desarrollo comunitario; la protección medioambiental; los derechos humanos y los laborales; mientras que las segundas han tenido en cuenta que sus acciones benefician a la gran mayoría de sus miembros, incluidos los trabajadores, la comunidad y el entorno en el que

operan. De muchas formas distintas, el movimiento cooperativo ha sido el pionero en el desarrollo y la práctica de la responsabilidad social.

Debido a la estructura democrática y participativa en la selección de sus directivos y representantes, las cooperativas siempre han mirado más allá de las simples ganancias financieras y han proyectado sus intereses cumpliendo los valores y principios corporativos; estando en el corazón del modelo empresarial cooperativo desde hace más de 150 años; incluyendo valores específicos del cooperativismo como la autoayuda, auto responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Además, las prácticas de RSE llevadas a cabo por cooperativas o por cualquier tipo de empresa deben estar enmarcadas en valores éticos de la honestidad, la responsabilidad social, la transparencia y el cuidado de los otros.

El creciente reconocimiento hacia las empresas que se comprometen seriamente con la responsabilidad social, ha motivado que empresas de todos los tipos, se adhieran a este concepto cooperativo, estableciendo políticas e informes respecto a sus acciones. De todas formas, las cooperativas están resaltando, cada vez más, el modo en cómo la responsabilidad social para ellas no constituye un compromiso más de la empresa sino que se encuentra en el corazón de la actividad cotidiana de este tipo de organizaciones.

La RSCoop es un tema en construcción permanente, no acabado, ya que al abordar este tema es necesario iniciar un proceso gradual y continuo en las organizaciones cooperativas.

La Alianza Cooperativa Internacional²⁰ (ACI) es una organización no gubernamental independiente que reúne, representa y sirve a organizaciones cooperativas en todo el mundo.

La ACI fue fundada en Londres en 1895. Sus miembros son organizaciones cooperativas nacionales e internacionales de todos los sectores de actividad:

²⁰ Alianza Cooperativa Internacional. Disponible en internet: <http://www.aciamericas.coop/Quienes-somos,2092>

agrícolas, bancarias, de crédito y ahorro, industriales, de seguros, pesca, vivienda, salud, servicios públicos, servicios sociales, turismo y consumo.

Actualmente, cuenta entre sus miembros con 277 organizaciones de 98 países que representan a casi 1.000 millones de personas de todo el mundo.

La ACI cuenta con cuatro oficinas regionales en: América, Europa, África y Asia. Las Oficinas Regionales operan dentro de la estructura administrativa de la ACI Mundial, como apoyo a la labor del Secretariado en Ginebra y como una herramienta de enlace entre las cooperativas de cada uno de los continentes y la red mundial.

Es importante resaltar que la responsabilidad social cooperativa existe de manera similar en la filosofía de las entidades cooperativas; por este motivo las cooperativas pueden actuar sin la mirada juiciosa del entorno porque han nacido de las mismas comunidades o son parte de ellas y no practican una forma particular de responsabilidad social empresarial, sino que son por y en sí mismas socialmente responsables.

Las cooperativas pueden desarrollar un potencial especial como empresas capaces de fomentar cambios culturales, organizacionales y tecnológicos, el tipo de cambios necesarios si se quiere avanzar significativamente en la dirección de la responsabilidad social.

Una tesis central de este documento es que las cooperativas, y especialmente las cooperativas del sector de recursos naturales, pueden asumir retos en todos los ámbitos contemplados dentro de los principios fundamentales de la responsabilidad social de manera exitosa. Dada su estructura corporativa, sus razones, valores y principios, las cooperativas fácilmente podrían superar a las empresas tanto privadas como estatales pues tienen características organizacionales únicas y contextos que buscan satisfacer a todos y cada uno de sus asociados de la mano de actividades empresariales que producen renta.

Desde este referente, se presenta a continuación la estructura y dinámica del balance social cooperativo (Bscoop) como elemento que rinde informe de la responsabilidad social empresarial.

2.3 BALANCE SOCIAL COOPERATIVO (BSCOOP)

El Balance Social Cooperativo²¹ es una herramienta de la gestión socioeconómica que les permite a las cooperativas medirse y rendir cuentas a los asociados especialmente y a todos los demás grupos de interés que están involucrados por su tipo de actividad y naturaleza de organización en relación con el cumplimiento de su propia esencia o identidad, es decir desde sus valores y sus principios cooperativos.

El modelo de este balance no se encuentra reglamentado de una manera específica; es decir los datos que muestran las empresas no son exigidos de una manera puntual; aunque en términos generales se sugiere implementar un conjunto de información que permita mostrar la empresa en todas sus dimensiones y utilizar indicadores en los que se sustenten los ejes de influencia de la Cooperativa y que, sistematizados, permitan la presentación del informe de BSCoop de cada organización.

De acuerdo a las consideraciones expuestas por la AIC, el uso del BSCoop permite a las cooperativas contar con:

²¹*El Balance Social Cooperativo es un instrumento recomendado por la ACI; la cual ofrece la posibilidad de certificar dicho informe con el sello de calidad ACI Américas en Responsabilidad Social Cooperativa. La certificación es un documento que emitirá ACI Américas, a aquellas cooperativas que lo soliciten, en virtud de reconocer que los resultados del informe de Balance Social, se ajustan al modelo sugerido por ACI Américas y se enmarcan en el análisis y ponderación del cumplimiento de los principios cooperativos*

1. Un instrumento de medición del impacto social de las actividades de la cooperativa en su comunidad.
2. Una evaluación en la relación entre los beneficios sociales y los proyectos sociales.
3. Una herramienta estratégica para medir la Gestión.
4. Cuantificar temas cualitativos de la gestión cooperativa.
5. Visibilizar lo no visible de los servicios ofrecidos a los asociados.
6. Mostrar el compromiso de las cooperativas con sus comunidades.
7. Medir la responsabilidad social cooperativa y la política social.
8. Asumir los cambios necesarios para el cumplimiento de su misión.

De igual manera la ACI considera que el BSCoop facilita:

1. La sensibilización del movimiento cooperativo hacia la responsabilidad que se tiene como empresas de la economía solidaria.
2. La difusión de las prácticas responsables y transparentes.
3. La producción de información que tienda a un proceso de formación de conciencia social en las comunidades.
4. La influencia sobre los mercados y los actores sociales y políticos en sentido de crear un ambiente
5. La creación de una imagen favorable del sector cooperativo fortaleciendo la proyección como organización.

Con la elaboración del BSCoop se persigue:

1. Consolidar la identidad cooperativa.
2. Brindar datos objetivos de la gestión cooperativa.
3. Incidir en las políticas públicas mostrando que las cooperativas además de ser empresas son organizaciones de carácter esencialmente solidario.

El tema de estudio del presente trabajo es la responsabilidad social empresarial del sector caficultor, y conociendo ya las generalidades de la responsabilidad social; se hace necesario informarse acerca de las familias caficultoras;

reconociendo sus fortalezas y debilidades y las condiciones generales de estas personas para así evaluar las necesidades del sector que deben estar presentes en las prácticas de responsabilidad social de las cooperativas con los asociados de esta actividad económica.

2.4 PARALELO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COOPERATIVA

Las prácticas de Responsabilidad Social dependiendo el tipo de entidad, cumplen o no con la esencia de lo que realmente son; así, una empresa perteneciente al sector empresarial que desarrollo prácticas de Responsabilidad Social está siendo socialmente responsable en cuanto a que son actividades filantrópicas desarrolla dentro de la organización con la intención de beneficiar a sus comunidades vecinas; mientras que el cumplimiento de una responsabilidad social en empresas cooperativas es contradictorio y podría decirse que redundante; puesto que si el fin de las cooperativas es velar por el mejoramiento de la calidad de vida de todos y cada uno de sus asociados, pues en la medida en que desarrolla estas prácticas socialmente responsables, está cumpliendo con la naturaleza de su organización y no está yendo más allá en el sentido en que sea una exigencia; es decir, aunque constituye la realización de prácticas socialmente responsables, en esencia esto es lo que debe hacer por el hecho de ser una cooperativa.

Si bien es cierto que algunas cooperativas van más allá en materia de responsabilidad social para con los empleados, el medio ambiente, las comunidades vecinas y el desarrollo del gremio, no se niega que algunas en su afán por cumplir con unas políticas de seguimiento y control, cumplen con las mínimas exigencias y realmente no integran las voluntades y prácticas filantrópicas naturales en este tipo de organizaciones.

3. IDENTIFICACIÓN DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR CAFICULTOR

De acuerdo a la información publicada por la Federación Nacional de Cafeteros como reflexión de “La Gente del Café”²², Colombia es un país de contrastes. No sólo de contrastes geográficos, climáticos y naturales sino también de contraste culturales, de costumbres, tradiciones, creencias y formas de vida de acuerdo con la región en la que se habite. Sin embargo, alrededor del cultivo del café se han forjado una serie de firmes creencias y valores que tienen un gran impacto no sólo sobre la calidad final del café 100% Colombiano sino sobre la pasión y dedicación asociada con su cultivo; de esta manera vale la pena resaltar que no solo se produce el café sino que se imprime pasión, compromiso y amor por la actividad a la cual se dedican y dependiendo de la zona donde se encuentran ubicados estos caficultores, han formado unas fuertes creencias acerca de la forma en que se forman sus familias pero también acerca de la siembra, recolección, secado y distribución del grano. Para empezar es bueno recordar que existen más de 563.000 familias productoras de café habitan nuestro país desde las provincias que limitan con Ecuador, en el Sur, hasta aquellas que bordean el mar Caribe en el Norte. A lo largo de casi 3.000 kilómetros de valles interandinos, desde el extremo Sur hasta el extremo Norte de Colombia, viven los productores en nuestras regiones cafeteras. Como se observa en el siguiente mapa, en tierra del café en Colombia se cultiva un grano alta montaña, con plantaciones significativas en 16 departamentos de nuestro país, donde operan Comités Departamentales de Cafeteros, brindando una asesoría constante en todo lo relacionado con el cultivo del café.

²²FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS. *La Gente del Café* [En línea]<http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/la_tierra_del_cafe/la_gente_del_cafe/>

Imagen N°1: Regiones productoras de café en Colombia.



Fuente: Mapa de Colombia con las regiones cafeteras, elaborado por la Federación Nacional de Cafeteros.

Disponible en internet:

http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/la_tierra_del_cafe/la_gente_del_cafe/

En su gran mayoría los cafeteros colombianos viven en pequeñas fincas o parcelas cuyos cultivos de café, en promedio, no superan las 2 hectáreas. Solamente algo más del 5% de los productores colombianos de café tienen plantaciones de un tamaño superior a las 5 hectáreas²³. La reducida dimensión de sus cultivos ha permitido mantener una vocación esencialmente familiar en la industria cafetera colombiana. La gente del café en Colombia tiene a la familia como una de sus prioridades y valores.

El arduo trabajo que implica llevar un café de calidad del árbol a la taza permite entender la importancia de todos los procesos donde interviene el productor colombiano para obtener el café con las características de calidad con las que se distingue el Café de Colombia. Dada la estructura de la propiedad y el tamaño promedio de las fincas cafeteras colombianas, las labores de recolección y post cosecha las realizan los mismos productores, garantizando un compromiso especial con el producto que sale de su finca. De manera similar, son los mismos pequeños productores quienes, al emplearse como recolectores de las fincas de mayor extensión, consolidan la cultura cafetera de calidad que se ha desarrollado en las diferentes regiones del país. En consecuencia, gracias a esta interacción se ha desarrollado una cultura de calidad asociada con el trabajo duro y casi artesanal asociado con la obtención de un café sobresaliente, de calidad superior. La gente del café en Colombia es dedicada y está comprometida con su producto.

En suma, los valores de la gente del café en Colombia incluyen su trabajo honesto, esfuerzo y dedicación permanentes, cultura de la calidad, y estrecho vínculo entre tradición familiar y el mundo moderno; valores que están presentes tanto en el personaje Juan Valdez como en cada habitante de la zona cafetera y que han jugado un papel importante en el dinamismo de la región. Las familias cafeteras unidas por sus principios de participación democrática, solidaridad, compromiso, búsqueda del bien común y desarrollo sostenible, conforman un capital social y estratégico y un modelo de paz para Colombia. Esta cultura

²³FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS. *La Gente del Café* [En línea]
<http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/la_tierra_del_cafe/la_gente_del_cafe/>

cafetera, uno de sus mayores valores, ha pasado de generación en generación y hoy sus jóvenes siguen este modelo de vida, como esperanza de futuro, para lo que su comunidad y su Federación les busca mejores y mayores maneras de inclusión en la actividad cafetera. Se trata de gente 100% dedicada a transmitir lo mejor de sí mismos en su actividad. Se trata de gente con vidas al 100%

Una vez se conoce que la actividad del café se desarrolla en gran parte del territorio nacional; se hace necesario conocer que hoy en día los caficultores colombianos han tenido que enfrentar toda clase de situaciones adversas: Los precios internacionales excesivamente bajos, los fenómenos climáticos intensos en estos años, tanto en fenómenos de Niño (sequía) como de Niña (exceso de lluvias), afectando seriamente la calidad de las cosechas y así nuevamente perjudicando el precio de la cosecha es una problemática de los últimos años que muestra una cruda realidad para las personas que viven de este fruto y es en este sentido que se pueden identificar los ejes fundamentales de responsabilidad social que una cooperativa de este sector debe trabajar para cumplir con su función de mejorar la calidad de vida de los miembros de las familias caficultoras.

A continuación se detallan las realidades del sector caficultor como muestra de la crisis del sector.

3.1 Escenario Social y Económico de la Actual Crisis Cafetera

La crisis cafetera en Colombia ha sido documentada por la Federación Nacional de Cafeteros, a partir de allí se construye una síntesis de ésta. La preocupación actual frente a los cambios que ha sufrido la estructura cafetera nacional es principalmente de tipo social, debido a la situación económica de miles de pequeños campesinos altamente dependientes de la producción del grano en una coyuntura con el actual precio del café y la deficiencia financiera presentada del Fondo Nacional del Café, principal instrumento de la política cafetera, es extremadamente crítica. Los debates nacionales sobre la problemática del presente y las perspectivas de negocio cafetero en un futuro han tendido a entrar en controversia entre los defensores del mercado libre y la desregularización y los

que propenden por un esquema más convencional de intervención y liberalización gradual.

Los pequeños productores campesinos utilizan intensamente mano de obra familiar, lo cual les permite absorber en épocas de crisis parte de los costos del cultivo y mantenerse en el negocio y buscan complementar sus ingresos mediante la venta de jornales y servicios en otras fincas cafeteras, generalmente de tamaño mediano. Esta estrategia de complementar ingresos se ha restringido de manera muy importante como producto de la pérdida de rentabilidad de los cultivos y el impacto de la crisis sobre la estructura global de la caficultura, con lo cual se han incrementado los niveles de pobreza y desempleo en las áreas del cultivo.

La fuerza de trabajo familiar puede ser incorporada a los cultivos incluyendo la de mujeres y niños; la crisis que afecta a varios cultivos agrícolas ha estrechado el abanico de oportunidades de venta de jornales y de opciones productivas; aún en situaciones adversas, el café en Colombia cuenta con garantía de compra y con mayor acceso a servicios como la asistencia técnica y el crédito, por lo cual el café representa la posibilidad para los pequeños productores de participar en una estructura institucional organizada.

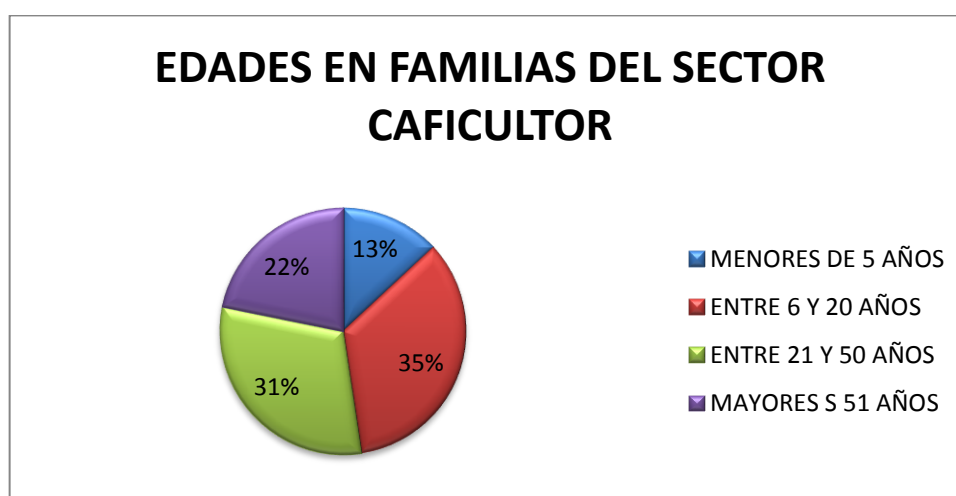
3.2 Condiciones de vida de las familias cafeteras: el impacto social de la crisis

Las regiones cafeteras del país presentan niveles de incidencia de la pobreza y la indigencia relativamente menores a los promedios nacionales, pero las condiciones de pérdida de rentabilidad cafetera y de contracción del empleo y de las inversiones, han deteriorado las condiciones de vida de estos productores.

A continuación se presentaran una serie de datos estadísticos los cuales fueron preparados por Luz Amparo Fonseca²⁴, consultora de la CEPAL, con Rodrigo Moreira, asistente de esta investigación y a la Oficina de Asesores del Gobierno en Asuntos cafeteros en el informe llamado Colombia: escenario social, económico e institucional de la actual crisis cafetera; que permitirán conocer a grandes rasgos la forma como se encuentra compuesto el sector caficultor de manera que se pueda crear una idea de los ejes fundamentales sobre los cuales se debe trabaja de manera que se logre el mejoramiento de la calidad de vida de quienes pertenecen a este sector.

El número de persona por hogar cafetero es de 4.3 en promedio, siendo mayor en la región oriental, 5.47, y menor en la región central, 3.93. El 13.1% de los miembros de estos hogares son menores de 5 años, el 34.5 tienen entre 6 y 20 años, mientras el 30.6 cuenta con edades entre los 21 y los 50 años y el resto es mayor de 51 años.

Gráfico N° 5: Porcentaje de edades de las familias del sector caficultor.



Fuente: Elaboración propia con base en: Colombia: escenario social, económico e institucional de la actual crisis cafetera.

²⁴FONSECA, Luz. Colombia: Escenario social, económico e institucional de la actual crisis cafetera [En Línea]. Bogotá. 2003
<<http://www.cepal.org/colombia/noticias/documentosdetrabajo/2/14772/CAF-G-ES.pdf>>

La mayor parte de los jefes o cabezas de hogar tienen un promedio de edad que sobre pasa los 50 años, y todo parece indicar que una proporción importante de hogares está compuesto por jefes de hogar abuelos que se encargan de criar nietos en apoyo a los hijos que han migrado a las ciudades buscando nuevas oportunidades.

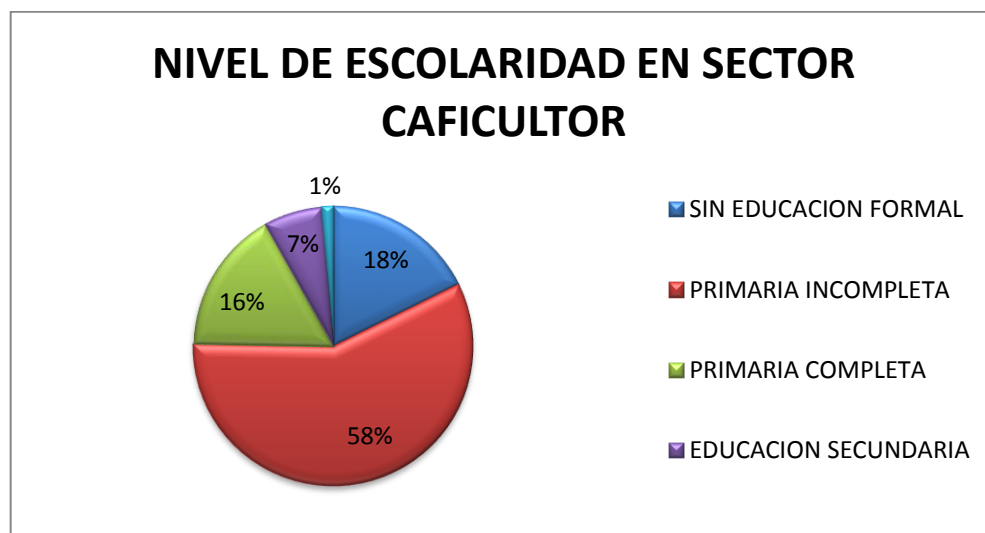
La conexión a servicios de energía eléctrica presenta altos niveles, similares a los del resto del país, de manera que el 85.8% de los hogares cafeteros cuentan con este servicio domiciliario. Para los demás servicios básicos, el cubrimiento es el siguiente: acueducto, 58.3%; alcantarillado, 19.2% y telefonía apenas un 2.9%. La región central que, como se anotó, concentra la mayor área cafetera, cuenta con el mayor cubrimiento de servicios domiciliarios, significativamente superiores al resto. Esta situación se explica por las inversiones que en estos campos han realizado los comités departamentales de cafeteros con recursos del Fondo Nacional del Café, FNC, destinados en alta proporción a este tipo de inversiones y que según la regla de transferencia de estos apoyos regionales, se distribuyen en relación directa con los aportes de cada departamento a la producción cafetera total nacional.

El nivel educativo de los jefes de hogares cafeteros es muy bajo en todas las regiones, de manera que el 17.7% no cuentan con educación formal, un 57.6% tiene primaria incompleta, un 16.6% cuenta con primaria completa y apenas un 6.9% presenta niveles de educación secundaria y un 1.3% de educación universitaria.

De lo anterior se deduce que además de que en su gran mayoría los jefes de hogar son los abuelos o tíos que se hicieron responsables de niños hijos de personas que salieron a buscar mejores oportunidades; estos jefes de hogar en un 57% llegaron a terminar la primaria y en la menor proporción solo un 1,3% tuvieron estudios universitarios; y esto incide indiscutiblemente en la forma como ven el mundo; por un lado enseñan a sus hijos las técnicas del café con la esperanza de

que el negocio siga de generación en generación y por otro lado los lugares en donde quedan ubicadas las fincas y el mal estado o la no existencia de vías de transporte impiden en muchos casos que los niños puedan realizar estudios más avanzados incrementando cada vez más el porcentaje de escolaridad bajo en el sector caficultor; siendo este uno de los temas de mayor preocupación para las cooperativas del sector caficultor.

Gráfico N° 6: Porcentaje de niveles de escolaridad en Sector Caficultor



Fuente: Elaboración propia con base en: Colombia: escenario social, económico e institucional de la actual crisis cafetera.

La afiliación a servicios de salud también es baja dado que en promedio sólo un 11% de la población cafetera está afiliada o cubierta bajo algún régimen de seguridad social en salud.

3.3 Aspectos institucionales de la caficultura colombiana

La Federación Nacional de Cafeteros (Federacafé), fundada en el año 1927 como una organización privada sin ánimo de lucro, ha tenido a su cargo, desde los años treinta, la política y diplomacia cafeteras.

El instrumento más importante y poderoso de la política cafetera es el Fondo Nacional del Café, FNC, creado en 1940, con el objeto de regular la comercialización interna y manejar inventarios para facilitar el cumplimiento del Acuerdo Interamericano de cuotas de exportación.

El Fondo Nacional del Café (FNC) es una cuenta del tesoro público, cuya administración ha sido delegada a Federacafé, mediante contratos que se renuevan cada diez años. Los recursos con que se alimenta el FNC son aportados por los productores cafeteros del país a través de la contribución cafetera, la cual se recauda al momento de exportar el grano.

Este sistema de recaudo obligatorio de recursos privados, se conoce como la parafiscalidad cafetera y en la última década ha sido progresivamente adoptado por otros gremios agropecuarios con el fin de impulsar actividades que mejoren la competitividad de la oferta nacional.

Los destinos dados a los recursos parafiscales cafeteros han sido múltiples y desde la liberalización del mercado internacional del café en 1989, éste ha sido un tema de constante debate nacional, presionando mayor focalización del gasto hacia la reestructuración competitiva de la caficultura colombiana. Con los recursos del FNC se apalancan políticas e inversiones cafeteras tales como:

- Garantía de compra de las cosechas nacionales y estabilización del ingreso cafetero
- Financiamiento de la investigación y extensión agrícola
- Inversiones nacionales en empresas de apoyo al sector
- Inversiones regionales: acueductos, escuelas, vías, etc.
- Reestructuración de deudas

Para que la Federación Nacional de Cafeteros pudiera cumplir con sus políticas se hizo necesario el apoyo de entidades descentralizadas que contribuyeran a abarcar mayor parte del territorio nacional y permitiera de esta manera llevar a cabo las actividades necesarias para lograr la sostenibilidad del sector caficultor.

Entre estas empresas, se crearon unas destinadas al apoyo al sector productivo y al cumplimiento y control de los acuerdos de ordenamiento de la oferta de café colombiano. Las principales de ellas fueron el Banco Cafetero, la Flota Mercante Grancolombiana, las compañías agrícolas de seguros, Almacafé -encargada de administrar los inventarios del grano-, Cenicafé –encargada de la investigación y transferencia de tecnologías– y toda una estructura regional conformada por los Comités departamentales de cafeteros y las cooperativas de caficultores por regiones, encargadas de facilitar la política de garantía de compra de las cosechas y control de la calidad.

Estas últimas mencionadas; constituyen el punto de partida que garantiza una mejor atención a las necesidades del sector caficultor ya que a través de estas entidades descentralizadas llamadas cooperativas de caficultores se llegó a regiones del país en donde antes no se prestaba ninguna atención a las necesidades vitales de esta población ni se contaba con una entidad que se preocupara no solo por la compra del café desde el punto de vista económico sino también desde el punto de vista social y ambiental permitiendo establecer políticas para mejorar la calidad de vida de las familias cafeteras y políticas de mejoras del ecosistema para la sostenibilidad de las tierras cafeteras.

Propiamente en el centro del departamento del valle del cauca tuvo origen la Cooperativa de caficultores del centro del valle- CAFICENTRO como una de las entidades en busca del mejoramiento de la vida de los asociados. En el siguiente capítulo se presenta la historia de CAFICENTRO, su rango de acción y las políticas sobre las cuales fundamenta la filosofía de su funcionamiento.

4. ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CAFICENTRO

En este capítulo se analizan los ejes fundamentales de funcionamiento de la cooperativa de caficultores del centro del Valle - CAFICENTRO: servicios sociales de salud, servicios sociales de educación y comunicación; y servicios económicos de cartera; permitiendo de esta manera construir perspectivas de prácticas de responsabilidad social empresarial.

Se dan a conocer las prácticas de responsabilidad social encaminadas a alcanzar sus objetivos corporativos y la naturaleza de esta organización encaminada a mejorar la calidad de vida de todos y cada uno de sus asociados y sus familias cafeteras en los municipios del centro del valle.

También se muestran las entrevistas realizadas a empleados de la cooperativa y las historias de vida de dos asociados que participaron voluntariamente del proceso para dar a conocer su historia en el sector caficultor, su familia y el impacto que ha tenido la cooperativa en su vida.

A continuación se presenta la descripción de quienes participaron en estas entrevistas:

Empleados:

1. Sandra Patricia Gil Pacheco
2. Fernando Mondragón Barbosa
3. Irma Constanza Vega Díaz

Asociados:

1. José Raúl Ramírez Marín
2. Luis Alberto García Aguirre

4.1 CASO CAFICENTRO- TULUA

El modelo actual de Responsabilidad Social Empresarial se ha ajustado a las necesidades vitales de las compañías, es decir, las organizaciones le apuestan a un esquema de rentabilidad económica basado en la gestión de sus rentas, y en muchos casos, hacen de la responsabilidad social un esquema de reforzamiento de sus deberes empresariales que son indispensables de cumplir, dejando de lado la capacidad del impacto social que podrían generar sus operaciones al articularse estratégicamente al cumplimiento de sus objetivos y al relacionamiento con su entorno, con resultados que aportarían índices significativos de rentabilidad sociocultural, y consecuente transformación social.

Particularmente en el sector caficulator se cuenta con una estructura organizada de acompañamiento por parte de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, y más específicamente en el Centro del Valle del Cauca se encuentra la Cooperativa de Caficultores del Centro de Valle – CAFICENTRO; comprometida con el desarrollo sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida de todos sus asociados.

Para hablar de responsabilidad social en CAFICENTRO es necesario reconocer que ser sustentable a nivel económico significa que existe una renta superior al capital invertido; a nivel medio ambiental, que las actividades empresariales no afecten negativamente el medio ambiente y así las generaciones venideras puedan encontrar los mismo recursos que hoy se poseen; y, a nivel social, que las organizaciones logren devolver a la comunidad lo que esta recibe de ella; para poder decir que se está aportando valor, capital y desarrollo social en las tres esferas en las cuales deben desarrollarse prácticas sociales comprometidas con el desarrollo de todos y cada uno de los grupos de interés.

4.2 RESEÑA HISTORICA

Esta reseña histórica²⁵ se encuentra disponible dentro de los archivos y el acta de constitución de la cooperativa; según indico a continuación: El 7 de diciembre de 1963, se realiza la asamblea de constitución y se nombra el Primer Consejo Provisional. Inicio labores con 238 socios fundadores y un capital suscrito de 35.500 pesos; la entidad fue reconocida legalmente mediante resolución No. 009 del 13 de enero de 1964, según consta en la notaria segunda del circuito de Tuluá, mediante protocolización de la escritura No. 27 del 18 de Enero de 1964.

La meta inicial de la cooperativa cafetera del centro del valle fue la búsqueda de la estabilidad de precios del café posteriormente abrió la sección de crédito, para permitir a los afiliados atender los gastos relacionados con la actividad cafetera. Después de un tiempo se abrieron almacenes de provisión agrícola, electrodomésticos droguerías y posteriormente con los fondos de educación y solidaridad social, se iniciaron otras actividades en beneficio de los socios, tales como beneficios de capacitación y servicio de salud.

La cooperativa tuvo inicio en sus operaciones en mayo de 1964 y empezó a comprar café en un local situado diagonal al banco cafetero. Los socios realizan una asamblea extraordinaria en octubre de 1964 para reforma de estatutos y en ella se cambia la razón social de la entidad por COOPERATIVA DE CAFICULTORES DEL CENTRO DEL VALLE.

4.3 MISION

“Trabajar por el bienestar integral de los asociados, su familia y comunidad cafetera, a través de la comercialización del café e insumos agropecuarios y la prestación de servicios sociales y económicos, fomentando los valores

²⁵ Reseña Histórica de Caficentro. Disponible en la página de la cooperativa.
<http://www.caficentro.com/nosotros>

corporativos de solidaridad, democracia, equidad, honestidad y lealtad con responsabilidad social”²⁶

4.4 VISIÓN

“Ser una Cooperativa generadora de excedentes que permita crecer sostenidamente para el fortalecimiento económico y la prestación de servicios sociales y económicos que satisfagan las aspiraciones de sus Asociados”²⁷

4.5 BASE SOCIAL DE CAFICENTRO: Conformada por 1357 asociados, así:

Tabla N° 1: Composición base social de Caficentro.

Hombres	1004
Mujeres	345
Personas Jurídicas	8

Fuente: Elaboración propia con base en los informes de gestión.

Caficentro tiene cobertura en 9 cabeceras municipales distribuidas así:

Tabla N° 2: Agencias de CAFICENTRO

Municipio	Agencia	Tienda Agrícola	Compra de Café
Tuluá	Principal y La Marina	XX	XX
Trujillo	Trujillo	XX	XX y móvil Venecia
Buga	Buga	XX	XX
Roldanillo	Roldanillo	XX	XX
Ginebra	Costa Rica	XX	XX
Rio Frio	Salónica y Fenicia	XX	XX
Bugalagrande	Galicia y Ceilán	XX	XX
Bolívar	La Tulia	XX	XX móvil La Quiebra
El Dovio	El Dovio	XX	XX

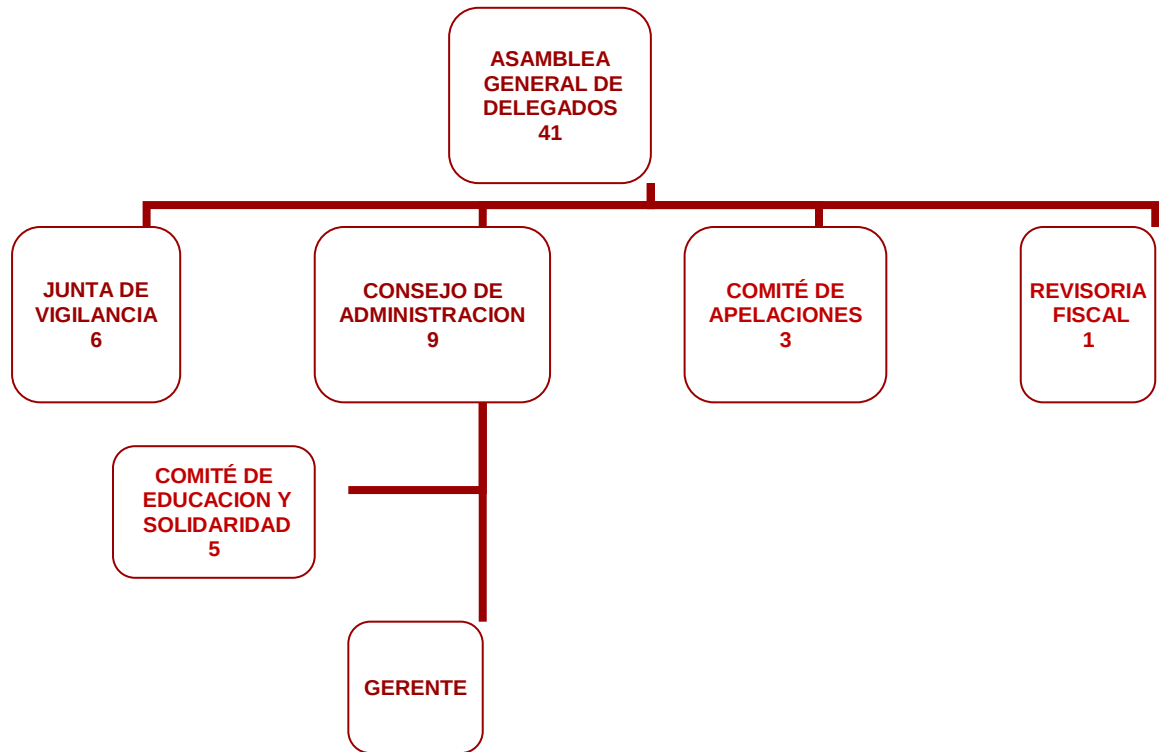
Fuente: Elaboración propia con base en los informes de gestión.

²⁶ MISION DE CAFICENTRO. Disponible en <http://www.caficentro.com/mision>

²⁷ VISION DE CAFICENTRO. Disponible en <http://www.caficentro.com/vision>

4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:

Grafico N° 7: Estructura Organizacional de Caficentro



Fuente: Elaboración Propia

4.7 DERECHOS DEL ASOCIADO

1. Utilizar los servicios de la Cooperativa y realizar con ella las operaciones propias de su objeto social.
2. Participar en las actividades de la Cooperativa y en su administración, mediante el desempeño de cargos sociales.
3. Ser informados de la gestión de la Cooperativa de acuerdo con las prescripciones estatutarias.
4. Ejercer la función del sufragio en los actos de decisión y elección de las asambleas locales y asambleas generales.
5. Fiscalizar la gestión de la Cooperativa.
6. Retirarse voluntariamente de la Cooperativa

4.8 DEBERES DEL ASOCIADO

1. Adquirir conocimientos sobre los principios y valores Cooperativos.
2. Cumplir las obligaciones derivadas del acuerdo Cooperativo.
3. Aceptar y cumplir las decisiones de los órganos de administración.

4. Comportarse solidariamente en sus relaciones con la Cooperativa y con los asociados de la misma.
5. Abstenerse de efectuar actos o incurrir en omisiones que afecten la estabilidad económica o el prestigio social de la Cooperativa.

Los deberes y derechos de los asociados se encuentran contenidos en los estatutos de la cooperativa de caficultores del centro del valle.

4.9 EJES FUNDAMENTALES SOBRE LOS CUALES CAFICENTRO DESARROLLA SUS ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:

4.9.1 SERVICIOS SOCIALES DE SALUD:

El sector caficultor posee grandes deficiencias en el área de cubrimiento en servicios de salud; si bien en el capítulo anterior se mencionó que sólo un 11% de la población cafetera está afiliada o cubierta bajo algún régimen de seguridad social en salud; la cooperativa estableció diferentes convenios que le permita al asociado y su grupo familiar acceder con mayor facilidad y a menor precio a servicios de salud; es por esto que la cooperativa definió el grupo familiar que será protegido en cabeza del asociado; así:

- A. Asociado casado ó Unión Libre: El cónyuge e hijos menores de 18 años y hasta los 25 años aquellos que estén estudiando o se encuentren discapacitados para el trabajo, quienes para tener derecho al servicio deben presentar constancia médica.
- B. Asociado Soltero: Se cubrirán los padres del mismo, siempre y cuando dependan económicamente de él.
Igualmente se hace la cobertura a los hermanos discapacitados sin límite de edad y los hermanos menores de 18 años, siempre y cuando dependan económicamente.

Una vez definido el grupo familiar, a continuación menciono los convenios vigentes y auxilios que maneja la Cooperativa.

4.9.1.1 CONSULTA MÉDICA GENERAL SUBSIDIADO

El Consejo de Administración establece el subsidio por consulta médica general para el asociado hábil y su núcleo familiar, donde el asociado y su núcleo familiar tendrán derecho hasta dos consultas por mes.

Para otorgar el auxilio por consultas realizadas por fuera de los convenios de CAFICENTRO, se exigirá el recibo de pago de Médico titulado o fórmula médica y se hará mediante reembolso con un plazo de treinta (30) días para reclamar, por valor de \$8.000.

Imagen N°2: Atención Médica a asociados.



Fuente: Recolección de fotos Departamento de Educación y Comunicaciones.

4.9.1.2 CONSULTA MÉDICA ESPECIALISTA SUBSIDIADA

La Cooperativa reconoce al asociado hábil un subsidio por consulta de especialista fijado por el Consejo de Administración y que opera por mecanismo de reembolso al presentar recibo de médico especialista titulado y/o fórmula médica. En algunos sitios hay convenios con centros médicos u hospitales que brinden este servicio, en este caso el asociado cancela en el sitio directamente la tarifa convenida.

Tendrán derecho a un auxilio por consulta con especialista hasta por seis (6) veces en el año; tendrá un plazo de 30 días para reclamar.

Imagen N°3: Atención Médico Especialista a asociados.



Fuente: Recolección de fotos Departamento de Educación y Comunicaciones.

4.9.1.3 AUXILIO POR HOSPITALIZACION

Al asociado hábil y su núcleo familiar se le subsidiará los servicios hospitalarios de acuerdo a cuantía fijada por el Consejo de Administración cada año.

Para su reconocimiento se tendrá en cuenta:

- Cuando este hospitalizado entre 2 y 3 días un valor de \$70.000
- Cuando este hospitalizado mas de 3 días \$180.000 pesos
-

El asociado cuenta con 30 días para reclamar a partir de la fecha de la salida del hospital. Debe presentar el recibo de pago original o una constancia en la cual debe figurar el tipo de atención que recibió y los costos.

4.9.1.4 AUXILIO PARA CALAMIDAD DOMESTICA

La Cooperativa otorgará el auxilio por calamidad doméstica para cubrir gastos originados por: Todo suceso imprevisto que afecte gravemente la vivienda del asociado: terremoto, deslizamientos, vendaval, incendio, huracán y granizada; accidentes graves en salud que generen incapacidad temporal o permanente del asociado y su grupo familiar.

Este auxilio es aprobado por el Consejo de administración, y su valor depende de los soportes que presente el asociado como constancia de su calamidad.

4.9.1.5 SEGURO DE VIDA

El valor el seguro de vida en caso de fallecimiento que será cancelado la beneficiario designado por el asociado al momento de ingresar a la cooperativa es de \$1.000.000 de pesos

- El asociado mayor de 80 años con una antigüedad en la Cooperativa mayor de 15 años, se le exonera del pago siempre y cuando se conserven hábiles y sigan siendo cafeteros.

El valor el seguro de vida en caso de fallecimiento que será cancelado la beneficiario designado por el asociado al momento de ingresar a la cooperativa es de \$1.000.000 de pesos

Valor cancelado anualmente por asociado hábil.....\$ 3.730

Valor cancelado anualmente por asociado inhábil.....\$11.190

El asociado hábil cancela la tarifa de \$3.730 porque debido al cumplimiento con sus deberes como asociado, se le otorga un subsidio así:

1/3 Cancelado por el Comité de Cafeteros	\$ 3.730
1/3 Cancelado por CAFICENTRO	\$ 3.730
<u>1/3 A cargo del asociado</u>	<u>\$ 3.730</u>

4.9.1.6 SERVICIO FAMILIAR FUNERARIO

4.9.1.6.1 ASOCIADO CASADO

Cubrimiento para: El asociado, Cónyuge ó compañero (a) permanente, en parejas homosexuales y heterosexuales, sin límite de edad; Los hijos e hijastros menores de 30 años de edad; Hijos e hijastros discapacitados sin límite de edad; Los padres, padrastros o suegros (EXCLUYENTE), sin límite de edad.

4.9.1.6.2 ASOCIADO SOLTERO

El asociado; Padres o Padrastrros, sin límite de edad; Hermanos discapacitados sin límite de edad; Hermanos menores de 30 años de edad.

1. La Cooperativa aportará como subsidio el 50% del valor de la prima vigente del plan súper a los asociados hábiles al 31 de diciembre de cada año.
3. Si fallece el asociado principal se entrega un auxilio solidario de \$1.130.000.00
4. Si la familia desea cremación, no tiene costo adicional
5. Si el asociado no utiliza los servicios, SERVIVIR otorgará un auxilio funerario.

Valor anual del plan súper	\$75.600
----------------------------	----------

- El asociado hábil recibe subsidio a saber; así:

50% Cancelado por CAFICENTRO	\$37.800
------------------------------	----------

50% A cargo del asociad	\$37.800
-------------------------	----------

- El asociado inhábil paga el 100% de la póliza Valor año \$75.600

Lo evidenciado en el primer eje fundamental sobre el cual Caficentro desarrolla sus actividades de responsabilidad social permite identificar el constante compromiso de la cooperativa con sus asociados, estableciendo diferentes convenios que le permita acceder a servicios de salud con tarifas más bajas y en lugares cercanos a las áreas rurales, como es el caso de la consulta con medico general para la cual el consejo de administración estableció un costo de consulta de \$8.000 y tiene el consultorio ubicado en la oficina principal de la cooperativa en la ciudad de Tulua (lugar frecuentado por los asociados, ubicado en cercanía a la plaza de mercado) para facilitarle el acceso en horas de la mañana cuando llega con los diferentes productos de su empresa cafetera, los comercializa y posteriormente pasa a revisiones medicas en el primer piso de la oficina principal; por otro lado estableció otro consultorio médico en el municipio de Trujillo; facilitando así el acceso a servicio de salud para los asociados del mismo

municipio de Trujillo, del corregimiento de Venecia, Andinópolis y los demás corregimientos aledaños.

Por otro lado se muestra el cubrimiento con un servicio familiar funerario y un seguro de vida en el cual la cooperativa premia a aquellos asociados que hayan pasado hábil al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior y es notable como utilizan estos métodos para incentivar a los asociados en el cumplimiento con sus deberes y una vez pasa hábil se le reconoce esto dándole tarifas subsidiadas; las cuales no solo cubren al asociado sino también a su grupo familiar; para ratificar lo mencionado se toma como base la información contenida en la historia de vida del asociado LUIS ALBERTO GARCIA AGUIRRE²⁸

Tabla N° 3: Comparativo subsidios entregados en 2011 y 2012

SUBSIDIO SERVICIO	2011		2012	
	BENEFICIARIOS	VALOR	BENEFICIARIOS	VALOR
Consulta medico general	863	\$ 6.909	838	\$ 6.977
Consulta medico especialista	198	\$ 4.926	159	\$ 4.076
Subsidio hospitalario	76	\$ 10.575	56	\$ 8.173
Subsidio servir	1.100	\$ 43.521	1.058	\$ 39.992
Seguro de vida	1.110	\$ 4.729	1.054	\$ 4.495
Auxilio calidad domestica	21	\$ 4.740	12	\$ 2.750
Auxilio reparación maquina despulpadora	66	\$ 2.305	96	\$ 3.942
Subsidio declaracion de renta			47	\$ 3.948
Induccion nuevos asociados			68	\$ 2.941
Pagina web				\$ 1.600
Sala de sistemas				\$ 10.395
Jornadas descentralizadas			461	\$ 3.591
Retorno cooperativo			1.110	\$ 72.474
Kit escolar		\$ 58.631		\$ 62.583
TOTAL	3.434	\$ 136.336	4.959	\$ 227.937

Fuente: Elaboración propia con base en la información de carpeta 2012.

Nota: Cifras expresadas en miles de pesos.

²⁸ Ver Anexo 2: HISTORIA DE VIDA ASOCIADO LUIS ALBERTO GARCIA AGUIRRE.

4.9.2 SERVICIOS SOCIALES DE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN

En las jornadas desarrolladas de educación y comunicación; la Cooperativa de Caficultores del Centro del Valle “CAFICENTRO” busca la cercanía con los asociados y cafeteros en general, de manera que se transmita a ellos que además de garantizarles la regulación del precio del Café y la garantía de Compra de su producción cafetera, tienen en esta entidad un apoyo, una familia que está dispuesta a trabajar en conjunto para buscarle soluciones a las dificultades que se puedan presentar.

Para lograr la cercanía y el mejoramiento de la calidad de vida de los asociados y del sector caficultor en general CAFICENTRO utiliza diferentes herramientas, programas y beneficios; según indico a continuación:

4.9.2.1 PROGRAMA RADIAL: “PORQUE LA CALIDAD LA IMPONE USTED AMIGO CAFICULTOR”

CAFICENTRO, en alianza con el programa de beneficio del Comité de Cafeteros, y con el objetivo de fortalecer la buena calidad del café, crea dos secciones en el programa radial de Caficentro en el Campo “La despulpadora”, denominadas “Lunes de Saboreando un tinto” y el “Jueves de Beneficio²⁹”.

En él, se capacita a los caficultores en las buenas prácticas de beneficio, todo lo que deben efectuar para preservar una excelente calidad del café de sus empresas cafeteras.

²⁹ *Beneficio del Café: Conjunto de operaciones que se realizan para transformar el café uva en pergamino seco, conservando la calidad del café, cumpliendo con las normas de comercialización, evitando perdidas de café y eliminando procesos innecesarios, aprovechando los subproductos del grano, consiguiendo el mayor ingreso económico al caficultor y minimizando la contaminación del ambiente.*

Estas secciones se emiten quincenalmente con el apoyo de Manuel F Peña (Catador del Comité de Cafeteros) y Claudia Alexandra Mejía (Coordinadora programa de beneficio); se interactúa en vivo con los cafeteros oyentes del programa y se refuerza con testimonios de cafeteros que desarrollan buenas prácticas en el proceso de recolección, beneficio húmedo y seco.

4.9.2.2 JORNADAS DESCENTRALIZADAS: “CAFICENTRO CON SUS ASOCIADOS”

La Cooperativa de Caficultores del Centro del Valle “CAFICENTRO” buscando fortalecer los lazos de amistad y la comunicación entre sus asociados y la administración, programa1 jornada descentralizada por mes en una agencia del radio de acción; su objetivo era acercar la administración de la cooperativa al asociado, facilitando el acceso a los diferentes programas y servicios que la cooperativa le ofrece.

Con gran éxito se realizaron en el año 2012 cinco jornadas descentralizadas en las agencias de Ceilán, Fenicia, Buga, Trujillo y Salónica; con participación de 694 cafeteros entre asociados y particulares, donde se brindó la mejor información Cooperativa.

Los cafeteros opinaron al respecto:

El caficultor y asociado de la Cooperativa Alfredo Bernate de la agencia de Ceilán dijo al respecto: “Son jornadas que los cafeteros requerimos hoy por los altos costos de transporte y la dificultad para el desplazamiento, gracias a CAFICENTRO por la atención personalizada que nos prestan en estos eventos; es satisfactorio para el cafetero participar en estas jornadas”

Imagen N°3: Tienda agrícola Fenicia

Imagen N°4: Jornada descentralizada Ceilán



Fuente: Fotografías tomadas en jornadas descentralizadas de Fenicia y Ceilán en septiembre y octubre de 2012 respectivamente.

Por la agencia de Fenicia el asociado Jaime Álzate de la Vereda La Italia, finca La Perla, dijo: “Son eventos que fortalecen los lazos de amistad entre la Administración y sus asociados, deben continuar y llegar a todas las agencias donde necesitan de la presencia, gracias por este día”

Imagen N°5: Tienda agrícola Buga

Imagen N°6: Compra de Café Salónica



Fuente: Fotografías tomadas en jornadas descentralizadas de Buga y Salónica en noviembre y diciembre de 2012 respectivamente.

En la Agencia de Buga el Caficultor y asociado Francisco Flower Montilla que tiene su empresa cafetera en Rayito denominada Yucatán, dio su opinión “A buena hora sentimos el respaldo de nuestra Cooperativa, no siempre necesitamos informes, queremos el dialogo con la administración, conocer a quienes nos atienden vía

telefónica y hacen que cada día se quiera mas esta gran familia cafetera, son los momentos que gratifican y simplemente no es vender café y comprar en las tiendas agrícolas, es sentir hermandad como hoy lo vivimos, gracias CAFICENTRO”

En la agencia de Trujillo la asociada Beatriz Díaz Rueda de la empresa Cafetera el Refugio en la Vereda La Siria, comento al respeto “Que importante es contar con la presencia de la Administración de la Cooperativa que con sus empleados nos están resolviendo todas las inquietudes que tenemos, créditos, acuerdos de pagó, prorrogas, entrega de estados de cuenta, retorno cooperativo, información de bienestar al grupo familiar y las casas comerciales divulgando los beneficios de su maquinaria. Solo agradecimientos porque en los difíciles momentos se necesitan que las instituciones nos respalden, Muchas gracias”

4.9.2.3 REUNIONES DESCENTRALIZADAS DE GERENCIA

Dándole continuidad al acercamiento a los asociados se realizan las reuniones de Gerencia donde se comparte en las regiones apartadas con los asociados y caficultores con deseos de integrar esta gran familia Cafetera; se comparte información Cooperativa, servicios y beneficios al grupo familiar.

Estas reuniones de gerencia además de acercar los asociados a la administración de la Cooperativa, permite que expongan sus ideas e inquietudes y de esta manera la administración conoce las necesidades de sus asociados y plantea estrategias para satisfacerlas.

Imagen N°7: Reunión Descentralizada de Gerencia, Venecia



Fuente: Fotografía tomada por el departamento de educación y comunicaciones en jornada descentralizada de gerencia realizada en el corregimiento de Venecia, perteneciente al municipio de Trujillo.

4.9.2.4 REUNIONES DE INDUCCION COOPERATIVA

Cumpliendo con los estatutos que rigen las cooperativas se vienen realizando las inducciones cooperativas para nuevos y antiguos asociados con la finalidad de fortalecer el sentido de pertenencia hacia la institución que los respalda, es así como en las diferentes agencias se realizan periódicamente estas reuniones bajo la orientación de instructores de CencoA y el acompañamiento de la Gerencia de la cooperativa y su departamento de educación.

En estas reuniones se tratan temas como los principios y valores cooperativos, los símbolos del cooperativismo, los valores corporativos de CAFICENTRO, los deberes y derechos de asociados y la habilidad del asociado.

4.9.2.5 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN:

Caficentro cuenta con su programa radial Caficentro en el campo “La Despulpadora”, todos los días de 5 a 6pm; por medio de la cual orienta al caficultor hacia temas propios de la cooperativa, beneficios de la federación nacional de

cafeteros, instrucciones y capacitación del cultivo del café, información de interés y solicitudes específicas de habilidad y asistencia a diversas reuniones y capacitaciones.

**Programa Radial
Caficentro en el campo
"La Despulpadora"**

Emisora: RCN Tuluá la cariñosa dial 1560 am
Emisiones de Lunes a Viernes horario 5 a 6 pm
En Internet: rcnmundo.com ciudad Tuluá emisora La Cariñosa

También dispone de su PAGINA WEB: www.caficentro.com en la cual se presenta toda la información general sobre la cooperativa.

Caficentro
Cooperativa de Caficultores del Centro del Valle

Bienvenidos a la Cooperativa de Caficultores del Centro del Valle Caficentro, hemos implementado nuestra página Web para permitirle a nuestros asociados una comunicación más fácil y efectiva con nosotros.

Aquí encontrará información de interés acerca de nosotros, nuestros productos y servicios, periódicamente publicaremos noticias referentes al gremio Cafetero, además estamos proyectando nuevas características y funcionalidades en nuestra Web que le permitirán a ustedes tener acceso completo a la Cooperativa desde la comodidad de su hogar, tan solo con un computador y una conexión a Internet.

Le invitamos a que conozca más de nosotros, recorra los contenidos que hemos puesto a su disposición, si tiene preguntas, dudas o sugerencias puede usar nuestro módulo de **CONTACTO**. Recuerde que en Caficentro estamos para servirle, gracias por su visita!

Escuchanos Online
Sintoniza "La Despulpadora" de lunes a viernes de 5 a 6 PM a través de La Cariñosa de RCN Tuluá

Indicadores Económicos
[Dolar](#)
[Indicadores Economicos](#)

Al analizar las prácticas de responsabilidad social presentes en el área de educación y comunicación se evidencia el sentido de pertenencia que despierta en los asociados el ver una administración comprometida con las necesidades de sus asociados; sobre las diferentes visitas llevadas a cabo por el personal del departamento de educación, el asociado RAUL RAMIREZ MARIN³⁰ opino en su historia de vida: “Al referirme a las personas que nos visitan, recuerdo al personal de CAFICENTRO pendiente del avance de mis cultivos, del cubrimiento en servicios de salud, del estado de mis cafetales en busca de que yo sea apto para cumplir con porcentajes de venta de café o de ser necesario en momentos críticos ayudarme a gestionar la protección de ola invernal en programas de entrega de fertilizantes, fungicidas, materiales par arreglos de vivienda y mejoramiento de la infraestructura productiva de mi finca que necesariamente me resulta en una mejor producción y una mejor calidad de vida. Dentro de mis visitantes habituales reconozco que son personas que han compartido mil momentos y situaciones, que ms han enseñado y servido con sus programas de educación, de salud y programas de crédito en momentos de necesidad, donde se me han presentado dificultades en la vida diaria y CAFICENTRO me ha tendido esa mano amable y cariñosa , ese apoyo de ellos , donde por muy difícil que esté la situación y por muy grande que sea el problema siempre he encontrado en ellos el alivio y la mejor voluntad para que salir adelante y solucionar los problemas que se me presentan.

³⁰ Ver Anexo 1: HISTORIA DE VIDA ASOCIADO JOSE RAUL RAMIREZ MARIN

4.9.3 SERVICIOS ECONOMICOS DE CARTERA

La provisión de financiamiento eficiente y afectivo ha sido reconocida como un factor clave para asegurar que aquellas personas con empresas cafeteras con potencial de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas; además han permitido que los caficultores encuentren la manera de financiar sus siembras, compra de maquinaria, equipos, fertilizantes y renovaciones cafeteras.

Las dificultades de acceso al crédito en el sector financiero para los caficultores se explican porque estos no tienen en su mayoría experiencia crediticia ni la facilidad de obtener un crédito con cuotas mensuales; ya que, el cultivo del café no produce ingresos mensuales sino en época de cosecha.

La cooperativa estableció diferentes líneas de crédito que permiten financiar las distintas necesidades de sus asociados; según indicare a continuación.

4.9.3.1 CREDITOS EN EFECTIVO:

4.9.3.1.1 CRÉDITO PERSONAL: Asociados hábiles para libre inversión.

Preferiblemente Producción de Café.

Cupo	•Hasta 90% de los Aportes en efectivo. •100% aportes para compra de fertilizantes en tienda agrícola.
Plazo	Hasta 360 días
Interés	DTF + 6
Prórroga	SI APLICA. Máximo 6 meses.
Mora	Tasa Máxima Legal.
Forma de Pago	Efectivo.

En esta línea de crédito se evidencia por un lado el compromiso del asociado con la cooperativa; ya que los aportes que presente a la fecha en

que haga la solicitud de crédito y el encontrarse hábil le permitirá tener derecho a retirar este crédito con plazo de un año; el cual deberá ser cancelado al vencimiento y con una tasa de interés bajas en comparación con otras entidades disponibles para financiarse.

4.9.3.1.2 ANTICIPO FUTURA COMPRA DE CAFÉ: Recolección y secado de café.

Cupo	De acuerdo a las ventas de café
Plazo	30 días
Interés	Sin interés
Prórroga	Sin Prórroga
Mora	Tasa Máxima Legal
Forma de Pago	Con café

Además de ser una línea de crédito a un mes y sin intereses, esta línea de crédito facilita al asociado en tiempos de poco flujo de efectivo un valor promedio de acuerdo a las ventas que ha presentado en los últimos tres años y al ser una línea de crédito que exige su pago con café garantiza para la cooperativa la compra de la cosecha de sus asociados.

4.9.3.1.3 CALAMIDAD DOMÉSTICA: Esta línea de crédito está disponible para cubrir gastos de todo suceso imprevisto que afecte gravemente la vivienda del asociado: Terremoto, deslizamientos, vendaval, incendio, huracán y granizada; accidentes graves generen incapacidad temporal o permanente del asociado o su grupo familiar.

Cupo	Hasta \$ 700.000
Plazo	Hasta 360 días
Interés	DTF + 3.
Prórroga	Sin Prórroga
Mora	Tasa Máxima Legal.
Forma de Pago	Efectivo

4.9.3.1.4 Programa Especial Cooperativa: Mejoramiento de la infraestructura productiva de la finca.

- Construcción o ampliación de marquesinas para secado de café.
- Construcción o Reparación de Elba³¹s.
- Mantenimiento de despulpadoras en el taller de Caficentro.
- Compra de herramientas y equipos agrícolas en los almacenes de la Cooperativa.

Cupo	Hasta \$700.000
Plazo	360 días
Interés	Sin intereses
Prórroga	Sin Prórroga
Mora	Tasa Máxima Legal.
Forma de Pago	Con café

4.9.3.2 CREDITOS EN BIENES Y SERVICIOS: Créditos que son entregados por las tiendas agrícolas de las cooperativas en la comercialización y venta de maquinaria, insumos y fertilizantes.

4.9.3.2.1 FERTILIZANTES I - II:

Cliente	Asociado Hábil	Cliente	Asociado Hábil
Plazo	180 días	Plazo	360 días
Interés	DTF + 7	Interés	1,3% Mensual
Prórroga	Sin Prórroga	Prórroga	Sin Prórroga
Mora	Tasa Máxima Legal.	Mora	Tasa Máxima Legal.
Forma de Pago	En Efectivo	Forma de Pago	En Efectivo

³¹ Elba: Techo corredizo de las casas de los caficultores para el secado del café.

La venta de fertilizantes por las tiendas agrícolas para los asociados de la cooperativa se encuentra dividida en fertilizantes I y II; cuya diferencia radica en el plazo y en la tasa de interés.

4.9.3.2.2 MAQUINARIA I - II:

Cliente	Asociado Hábil	Cliente	Asociado Hábil
Plazo	180 días	Plazo	360 días
Interés	1,1% Mensual	Interés	1,3% Mensual
Prórroga	Sin Prórroga	Prórroga	Sin Prórroga
Mora	Tasa Máxima Legal.	Mora	Tasa Máxima Legal.
Forma de Pago	En Efectivo	Forma de Pago	En Efectivo

La venta de maquinaria por las tiendas agrícolas para los asociados de la cooperativa se encuentra dividida en maquinaria I y II; cuya diferencia radica en el plazo y en la tasa de interés.

En este eje fundamental sobre el cual Caficentro busca el mejoramiento de la calidad de vida a través de la participación comunitaria y su desarrollo, se evidencia como una de las practicas más importantes se encuentra el departamento de cartera; cuyos objetivos principales es el de velar por el desarrollo del asociado y la familia caficultora; ayudándolo a alcanzar sus objetivos, sueños y aspiraciones a través de la financiación con facilidad de otorgamiento y tasas bajas de intereses.

Si bien los créditos son de fácil acceso y con tasas de interés cómodas para los asociados; el incumplimiento con los plazos y condiciones pactadas, da lugar al cobro de intereses de mora y a reporte ante las centrales de información financiera

CIFIN y DATACREDITO; ocasionándoles la no viabilidad ante solicitudes de créditos con otras entidades de encontrarse ante una mora con la cooperativa.

De esta manera se entiende que a pesar de que la cooperativa promueve la financiación como mecanismo para mejoramiento de la calidad de vida, también impone sanciones por incumplimientos; estas sanciones se imponen para garantizar el cumplimiento de las condiciones y evitar el cobro de intereses a la tasa máxima legal, llamada usura.

4.9.3.3 REESTRUCTURACIÓN DE CRÉDITOS: La cooperativa reconoce el esfuerzo de sus asociados por cumplir con sus obligaciones y en el caso de ser imposible el pago del capital cancelarán los intereses y se dará plazo para el pago del capital; estos casos generalmente se presentan por problemas de roya, broca, ola invernal o calamidad doméstica.

4.9.3.3.1 PRORROGAS: Se entiende por prórroga la extensión del plazo de pago de una cuota de capital parcial o total del crédito de consumo con garantía hasta los aportes, cuya cancelación por parte del deudor no se podrá hacer en el tiempo previsto en el pagaré.

En aquellos casos en que los asociados estuvieren en la absoluta imposibilidad de cumplir con el pago al vencimiento del plazo estipulado, podrán ser prorrogados hasta 6 meses, siempre que llene las siguientes condiciones:

La reestructuración por prórroga aplica para deudores que se encuentran al día y que conocen que la situación económica no les permitirá cumplir con un plazo determinado y se presentan a exponer esta situación antes del vencimiento.

4.9.3.3.2 ACUERDOS DE PAGO: Cuando se incumple el pago inicialmente pactado y se hace necesario reestructurar el crédito en condiciones favorables de pago para el asociado y de adecuada cobertura para la cooperativa de tal modo que se garantice la recuperación de la obligación, para lo cual podrán establecerse nuevas condiciones generales de tasa, plazo y garantías; a juicio del respectivo ente de aprobación.

Las reestructuraciones por acuerdos de pago favorecen a los deudores que se encuentran en mora y se le da la posibilidad que bajo unas condiciones nuevas recuperen la buena calificación de su obligación y el buen reporte ante las centrales de riesgo

Después de conocer de manera general las prácticas empleadas por CAFICENTRO en materia de responsabilidad social, es posible identificar cuáles de los 7 principios de la norma ISO 26000 tienen mayor aplicabilidad en las prácticas de Caficentro; reconociendo los temas fundamentales y relevantes de la responsabilidad social en una organización; además de tener en cuenta que los individuos que participan dentro del proceso productivo de la empresa tienen diversos intereses y necesidades; por esto debemos reconocer que la responsabilidad social empresarial debe encaminar los objetivos de la organización de manera que todo sus grupos de interés se sientan a gusto.

Conocer la norma ISO 26000 resulta eficiente para identificar los temas importantes y establecer las prioridades a trabajar; puesto que esta norma cubre principalmente los impactos económicos, medioambientales y sociales que deben abordar las organizaciones.

La ISO 26000 contempla siete 7 temas principales:

- PRINCIPIO 1: Rendición de cuentas
- PRINCIPIO 2: Transparencia
- PRINCIPIO 3: Comportamiento ético
- PRINCIPIO 4: Respeto a los intereses de las parte interesadas.
- PRINCIPIO 5: Respeto al principio de legalidad
- PRINCIPIO 6: Respeto a la norma internacional de comportamiento
- PRINCIPIO 7: Respeto a los derechos humanos

Los aspectos económicos, los relacionados con la salud y seguridad son tratados a través de los 7 temas principales dentro de la cooperativa; siendo de mayor incidencia para este trabajo lo concerniente al ***principio 3:Comportamiento Ético***; ya que dentro de Caficentro se vela por la equidad, la igualdad y la protección de los asociados buscando siempre que este comportamiento ético no se base solo en los asociados sino que sea un modelo de funcionamiento implementado en todas las prácticas de la organización y de esta manera Caficentro garantiza que no está obrando mal en ningún sentido ni atentando con las buenas prácticas.

También es de vital importancia lo relacionado con el ***principio 2: transparencia y el principio 4: respeto a las partes interesadas***, para analizar estos dos principios es importante entender que la transparencia es la base para operar de esta cooperativa y unas prácticas transparentes deben evidenciar un respeto a todas las partes interesadas, denominadas en lo concerniente a responsabilidad social empresarial como stakeholders; por otro lado dentro de las partes interesadas y relacionándolo con el ***principio 7: Derechos humanos*** Caficentro vela por el respeto de estos derechos y busca la protección de sus asociados, el mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar común para todos y cada uno de los socios.

Dentro de la ISO 26000 se da una base acerca de procurar la conservación del medio ambiente; en Caficentro se procura la recuperación del suelo tras el uso del recurso natural en la siembra y cosecha de la producción cafetera; además, se evidencia en el beneficio del café de manera que evite la contaminación ambiental y ayude a mantener el equilibrio en el ecosistema.

Por otro lado, en busca de la participación de sus asociados en actividades productivas y brindar oportunidad a sus familias tiene reglamentado dentro de los estatutos que en caso de existir una vacante se inicia el proceso de selección en busca de que el trabajo en la cooperativa este preferentemente a cargo de los

propios asociados. Los asociados de la cooperativa tendrán derecho a que sus hijos y familiares sea admitidos como empleados y al presentarse una vacante dentro del proceso de contratación se tendrá primero en cuenta, posteriormente a los mismos empleados que pudieran llegar a ser promovidos por su excelente desempeño; de ser necesario se tendrá en cuenta a personal externo, siendo este el último recurso a utilizar.

Después de conocer los tres ejes fundamentales sobre los cuales la Cooperativa realiza sus operaciones en función de mejorar la calidad de vida de sus asociados y de haber analizado a grandes rasgos la norma ISO 26000; es posible resaltar el impacto de esta organización en la familias de la región; tanto conceptualmente como en la práctica; se debe reconocer que los asuntos económicos son inherente e inevitablemente sociales, y que los objetivos sociales se pueden alcanzar de manera más confiable cuando se incorporan en las prácticas económicas de las empresas; es decir cuando se desarrollan como parte integral de sus actividades; como un asunto de conciencia social dentro de las políticas económicas de la organización y no se aíslan o se tratan como un aspecto secundario.

Si bien es cierto que aprender hoy en día a alinear e integrar iniciativas sociales con la actividad empresarial resulta totalmente necesario para los profesionales de la contaduría pública formados integralmente; se reconoce también que dentro de las prácticas de responsabilidad social empresarial el contador está llamado a aportar sus ideas para la construcción de unos mecanismos contables que permitan planear actividades de inversión social reuniendo fondos por un periodo determinado y hacer obras a gran escala; sería posible que dentro de los mecanismos contables se establecieran reservas para invertir en este tipo de proyectos.

Una de los mecanismos contables existentes consiste en alimentar un fondo de solidaridad que es el empleado para dar auxilios por parte de CAFICENTRO a sus asociados; por un lado con el 10% de las utilidades de cada año y adicionalmente como descuento del 2% sobre el valor de los créditos personales hechos a los

asociados; de esta manera los mismos socios alimentan el fondo y de allí se benefician.

Por otro lado la provisión general de la cartera de asociados en efectivo se esta provisionando en un 5%; la norma legal exige provisionar dicha cartera en un 1% como reconocimiento de las posibles cuentas por cobrar que pudieran llegar a convertirse en incobrables; pues el mecanismo contable de aumentar la provisión además de ser legal fue determinado para ser utilizado en la cancelación de deudas a aquellos asociados que superen los 80 años de edad.

Esta iniciativa de reconocer un gasto mayor de provisión de la cartera de consumo nace ante la situación que se venía presentando en la cooperativa ya que los asociados mayores de 80 años son inasegurables y en ese orden de ideas al fallecer el crédito debe ser descontado del valor de sus aportes y el valor restante de aportes devuelto al beneficiario que haya dejado en la hoja de vida (documento diligenciado cuando una persona ingresa como asociada a la cooperativa). Con esta iniciativa el beneficiario de los aportes recibirá los aportes completos al momento del fallecimiento de quien lo dejo como beneficiario de ellos.

En conclusión las iniciativas sociales no pueden ser acciones aisladas, deben ir de la mano de la misión, visión, valores y estrategias corporativas de la Cooperativa. Precisamente allí es que está el éxito del negocio, en saber mantener un balance y una coherencia entre todas las áreas. Mantener una coherencia entre todas las aéreas se logra a través de la comunicación constante entre los diferentes departamentos de la cooperativa; siempre en la constante búsqueda del beneficio al caficultor y su familia; logrando así el trabajo en equipo y el cumplimiento de las actividades de RSE emprendidas por Caficentro en la consecución de sus objetivos y políticas corporativas.

ANEXOS

ANEXO1: ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL LLEVADAS A CABO POR CAFICENTRO EN EL AÑO 2012

PROGRAMA DE KITS ESCOLARES

El objetivo de este proyecto fue brindarle una dotación a los estudiantes de 23 Instituciones Educativas de 10 municipios del radio de acción de la Cooperativa de Caficultores del Centro del Valle- CAFICENTRO; como apoyo a las familias caficultoras y la situación climática evidenciada en el deterioro de la calidad del café; los kits constaban de:

1Morrall Estudiantil	2 lapiceros	1 pegante en barra
1 Cartuchera	2 lápices	1 block corriente sin línea
1 Capa para invierno	1 regla	1 caja de plastilina
6cuadernos línea corriente	1 borrador	1 caja de crayolas
3 cuadernos cuadriculados	1 sacapuntas	1 caja de colores

Para garantizar el cumplimiento del objetivo de este proyecto, se realizó la dotación 1.466 Kits Educativos; los cuales se distribuyeron así:

MUNICIPIO	INSTITUCION EDUCATIVA	SEDE	LOCALIZACION	# ESTUD
BOLIVAR	LA TULIA	Veinte De Julio	Vda. La Aguada	53
BUGA	MONTERREY	Monterrey	Cgto Monterrey	175
		Miravalle	Vda. Miravalle	
		La Unión	Vda. La Unión	
	NUESTRA SEÑORA DE FATIMA	Nuestra Sra. de Fátima	Cgto La María	
	LA MAGDALENA	El Janeiro	El Janeiro	
BUGALAGR ANDE	CEILAN	Alto Bonito	Vda. Alto Bonito	211
		José Acevedo Y Gómez	Vda. San Isidro Alto	
		José Asunción Silva	Vda. La Esmeralda Alta	
		José Joaquín Casas	Vda. Campo Alegre	
		Virgen Del Carmen	Vda. La Cristalina	

	MARIANO GONZALEZ	Francisco de Paula Santander	Vda. La Morena	
		Juan José Rendón	Vda. Chicoral	
		Julio Arboleda	Vda. Tetillal	
		Ricardo Restrepo	Vda. El Porvenir	
		Santísima Trinidad	Vda. La Trinidad	
EL DOVIO	ACERG	Rosa Zarate De Peña	Vda. Los Zainos	20
	JOSE MARIA FALLA	Antonio Nariño	Vda. Bellavista	
GINEBRA	DE DESARROLLO RURAL LA SELVA	Antonio José De Sucre	Vda. El Jardín	65
		Juana De Arco	Vda. Patio Bonito	
RÍO FRÍO	ALFREDO GARRIDO TOVAR	San José De La Selva	Vda. San José de La Selva	294
	CAMILO TORRES	I.E. Camilo Torres	Cgto La Zulía	
		María Auxiliadora	Vda. Morroplancho	
		Presbítero José Roque	Vda. Volcanes	
		Rosa Zarate De Peña	Vda. La Judea	
		San Antonio	Vda. Portugal del Carmen	
		San José	Vda. Los Alpes	
		El socorro	Vda. Guayabal	
	HERNANDO LLORENTE ARROYO	San Vicente Ferrer	Vda. La Arabia	
	NEMESIO RODRIGUEZ ESCOBAR	Antonia Santos	Vda. La Italia	
		Juan Del Corral	Vda. La Vigora	
		La Gran Colombia	Vda. Las Palmas	
		Laureano Caicedo Trujillo	Vda. Miravalle Alto	
ROLDANILLO	RODRIGO LLOREDA CAICEDO	Camilo Torres # 32	Cgto La Armenia	66
		Francisco de Paula Santander	Vda. La Soledad	
		Gabriela mistral	Vda. El Cascarillo	
		Nuestra Señora del Carmen	Vda. Mateguadua	
SAN PEDRO	JULIO CAICEDO TELLEZ	Demetrio García V	Cgto Naranjal	43
		Vicente H. Cruz	Vda. Pocitos	
		Helena Ospina	Vda. La Pradera	
TULUA	SAN RAFAEL	Amalia López	Cgto Quebrada grande	228
		León de Greiff	Vda. Piedritas	
		Custodio García Rovira	Vda. Tíboli	
	LA MARINA	La Esperanza	Cgto San Lorenzo	
		Antonio Nariño	Cgto San Lorenzo	
		María Auxiliadora	Cgto La Iberia	
		Pablo VI	Vda. El Brillante	
	LA MORALIA	José Celestino Mutis	Vda. Naranjal	
		María Concepción Palacios	Vda. El retiro	
	ALTO ROCIO	Santa Manuela	Vda. El Retiro	
TRUJILLO	ANTONIO JOSE DE SUCRE	Arauca	Vda. Arauca	311
		Belisario Peña	Vda. Melenas	

		La estrella de alto Mira	Vda. alto Mira	
		Santa Lucia	Vda. alto Cristales	
	CRISTOBAL COLON	Antonia Santos	Vda. Los Cristales	
	MANUEL MARIA MALLARINO	Adriano Morero	Vda. La Siria	
		José Marcos Vargas	Vda. Cedrales	
		Marco Fidel Suarez	Vda. La Marina	
		San Bernardo	Vda. Palermo	
	SAN ISIDRO	Edelmira Ocampo	Vda. Maracaibo	
		Juan XXIII	Cgto la Sonora	
		Leocadio Salazar	Vda. Betulia	
		Manuel J. Sabogal	Vda. Alta cristalina	
		San Isidro	Cgto el Tabor	
	TOTAL			1.466



ANEXO 2: PROGRAMA DE UNIFORMES ESCOLARES

Dirigido al apoyo a la cobertura de las instituciones educativas NEMESIO RODRIGUEZ ESCOBAR, ALFREDO GARRIDO, y CAMILO TORRES, rurales cafeteras del municipio de RIOFRIO mediante la dotación de vestuario (uniformes escolares) a los niños y niñas de la básica primaria matriculados en sus sedes.

1. Las Instituciones Educativas NEMESIO RODRIGUEZ ESCOBAR, ALFREDO GARRIDO, y CAMILO TORRES, del Municipio de RIO FRIO, se encuentran ubicadas en la zona rural, los estudiantes matriculados son hijos de pequeños caficultores, afectados económicamente por el invierno y por la presencia de roya en los cultivos de café, generando unas condiciones que dificultan la satisfacción de las necesidades básicas de las familias.

Los 309 NIÑOS Y NIÑAS matriculados en las sedes rurales beneficiarias de este proyecto, son menores entre los cinco y 11 años, de estratos 1 y 2.

2. Para la selección de estas Instituciones Educativas se tuvieron en cuenta las condiciones de vulnerabilidad de la población escolar y la necesidad que tienen las familias cafeteras de apoyo ante las dificultades presentadas con el cultivo del café, igualmente se seleccionaron aquellas veredas donde residen los socios de la Cooperativa de caficultores del centro del Valle, CAFICENTRO.

INSTITUCION	SEDE	VEREDA	0	1	2	3	4	5	Total general
I.E NEMESIO RODRIGUEZ ESCOBAR	ANTONIA SANTOS	La Italia	4	1	7	5	4	7	28
	JUAN DEL CORRAL	La Vigorosa	5	7	8	10	2	3	35
	LA GRAN COLOMBIA	Palmas	2	6	11	5	9	2	35
	LAUREANO CAICEDO TRUJILLO	Miravalle Alto	1	2		1		1	5
	MARCOS FIDEL SUAREZ	Santa Rita		1	2		5	2	10
	MARIA INMACULADA	Pto Fenicia	4	6	8	7	10	8	43
I.E ALFREDO GARRIDO	NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN	Miravalle bajo	1	1	1	3	1	3	10
	SANTA FE	Corozal	1	7	10	10	8	9	45
I.E CAMILO TORRES	I.E. CAMILO TORRES	Correg. La Zulia	8	8	8	8	10	15	57
	MARIA AUXILIADORA	Morroplancho		4	6	6	4	6	26
	ROSA ZARATE DE PEÑA	La Judea		2	4		4	5	15
									309

**LABOR SOCIAL COMUNIDAD CAFETERA CAFICENTRO
PROYECTO DE INVERSIÓN CON EXCEDENTES
(COSTO DEL PROYECTO)**

ARTICULOS	CANTIDAD	COSTO C/ U	COSTO PARCIAL
PARES DE ZAPATOS	309	20.000	6'180.000
UNIFORMES-	309	18.000	5'562000
KITS MEDIAS ESCOLARES X 100	1	135.068	135.068
TOTAL			\$11'877.068



ANEXO 3: ENTREVISTA ASOCIADO JOSE RAÚL RAMÍREZ MARÍN

Hijo de José Ernesto Ramírez Ossa y María Nohemy Marín; nació el 9 de febrero 1947 en la vereda la hondura del municipio de Ansermanuevo del departamento del Valle del Cauca; tanto su familia materna como la paterna se dedicaban al cultivo del café; ambos eran de familias humildes que tenía una finca pequeña en la cual nació y se crio.

Su infancia transcurrió feliz en medio de los cafetales, viendo como su padre y madre se ganaban la vida cosechando este cultivo; pero cuando tenía 7 años la tristeza se apoderó de su vida con la muerte de su madre; quedando al cuidado de su padre; quien al después de un año después del fallecimiento de su madre consiguió otra esposa y a él y sus 3 hermanos les toco levantarse en distintas parte con sus familiares como abuelas; ya que tanto su abuelo paterno como el materno murieron cuando él estaba muy niño; también algunos tíos lo cuidaron; su familia le dio su estudio y en las vacaciones iba a coger café y le daban platica entonces se le fue metiendo dentro de su conciencia el gusto por el cultivo del café.

Al llegar a los 18 años se fue a vivir a La Guajira; lugar en donde estuvo cogiendo café; en la Serranía del Perijá; para esta época ya era muy hábil para coger café y llegaba a recolectar hasta 300 kilos en un día; aprovechó la buena época y empezó a ahorrar lo que podía porque tenía su sueño de construir un mejor futuro.

Cuando cumplió sus 20 años regreso a Ansermanuevo y compro una tierra para producir café, en este lugar tenía también un negocio donde compraba y vendía café, pero viendo la situación económica y que el negocio no le estaba dando la utilidad que él esperaba; sino que iba sobreviviendo día a día decidió irse a trabajar con Fabricato; traía telas de Medellín; recuerda que compraba unas pacas en Bello (Antioquia) a precios favorables y mandaba a confeccionar en Cartago para vender la mercancía en la zona cafetera; propiamente en Ansermanuevo, Toro, Argelia, El Águila , El Cairo y Cartago; los días viernes , sábado y domingo y

entre semana se dedicaba solo al café; teniendo de esta manera dos entradas de dinero.

A sus 32 años conoció a María Amparo Betancur de 20 años de edad; con quien se casó y del fruto de esta unión nacieron sus 3 hijos: Raul, David Valentin y Nataly; para esta época y con la meta de sacar adelante a su familia se radico en Buga, lugar en el que compró una finca en la vereda de Majahierro; para esa época el cultivo del café atravesó una época difícil ya que se dio un verano muy fuerte y apareció la roya; razón por la cual la calidad del café se vio deteriorada considerablemente, en Buga la primera finca donde se presentó esta peste fue en suya, sus palos de café quedaron sin ni siquiera una hoja; y viendo esta situación decidió vender su finca y se fue a vivir al corregimiento de la Habana en la vereda La Piscina, perteneciente a la zona rural de Buga; un lugar con clima fresco; en donde teniendo una mejor situación climática buscó la oportunidad de intentar recuperar las pérdidas de dinero por la inversión en la finca que tuvo anteriormente; en esta nueva finca y con esta nueva oportunidad decidió sembrar café variedad Colombia y no volver a sembrar la variedad que había sido susceptible a ataques de la roya; para este tiempo apareció su padre quien después de 25 años quiso recuperar el tiempo perdido y fue un apoyo para su hijo y sus nietos.

En el año 1988 decidió asociarse a CAFICENTRO, lugar donde fue trabajando de la mano de esta cooperativa; la cual considera su segunda casa; la quiere como parte de su familia; pues resalta que allí tuvo la oportunidad de sentirse identificado dentro del gremio cafetero, acompañado y protegido con la garantía de compra de su cosecha; su hijo mayor Raúl Benhur ingresó a trabajar a esta Cooperativa a sus 18 años y para el esto significo más allá que el apoyo al sector caficultor para garantizar ingreso para la entidad, significo el apoyo a su familia y el deseo de la cooperativa de generarle niveles de bienestar a los hijos de sus asociados.

Después de un tiempo en esta zona de La Habana se presentó muchísima violencia, y desplazamiento forzado y se vio en la obligación de abandonar sus

cultivos y todas sus pertenencias con tal de proteger la vida de sus hijos y esposa; en esa época estuvo trabajando en el hospital divino niño en oficios varios; cuando la situación mejoro pudo regresar y recuperar su finca; la cual se encontraba acabada pues los grupos al margen de la ley expulsan a las personas pero no trabajan la tierra; ellos permiten que día a día se vaya acabando lo que para una familia caficultora representa su mayor tesoro. Tuvo que volver a empezar de cero a escribir su historia y gracias a su esfuerzo actualmente cuenta con 30.000 palos de café; los cuales son en compañía con su hijo mayor Raúl quien hoy en día es el asistente de Café; quien un día empezó como mensajero, luego auxiliar de compra de café, luego auxiliar de provisión agrícola, luego comprador de café y ahora se desempeña en un puesto importante fruto de su compromiso y la pasión por el cultivo del café; cada día aprenden más sobre el café; lo llevan en la sangre y agradecen porque ha sido el motor para sacar adelante a su familia.

Para don Raúl Ramírez CAFICENTRO hace que los caficultores tomen el gremio con más cariño, que lo que se recibe de la cooperativa los haga sentir mucho mejor porque le ha aportado a su vida y a su familia y para el vale la pena resaltar que dentro de la contratación no solo de su hijo sino de los hijos y familiares de asociados se cuenta con los estatutos de la cooperativa en los cuales se tiene como principio de contratación que al existir una vacante primero se dará la opción a los familiares de asociados y considera que esto demuestra el compromiso constante con las familias de sus asociados.

El asociado hace especial énfasis en la realidad del sector caficultor, explica como hace algunos años era muy diferente la situación, la rentabilidad del café era excelente; actualmente por una parte el dólar; por otra parte la calidad del grano han obligado a que muchos caficultores de corazón tengan que abandonar este cultivo para poder subsistir; la situación climática ha hecho que muchas zonas consideradas paisajes culturales de café hoy en día no tengan las condiciones adecuadas para sembrar este grano.

Actualmente están aplicando sus conocimientos sobre el cultivo y en el cual ya se hace necesario trabajar con mucha técnica; buscando obtener del grano la mejor calidad posible y ellos cuentan con la posibilidad de aprovechar todos los años de experiencia.

Saben que por hectárea deben tener 5.000 palos, que no les puede faltar el fertilizante, la limpia y sobre todo tomar el cultivo con mucha seriedad, cariño y amor y esperar que estos tiempos críticos pasen porque el café lo llevan en el alma; resaltan que en la vida, en los momentos difíciles hay que tener entusiasmo y que el deseo de continuar haciendo lo que aman los ayude pasar las más duras batallas; asegura que desea continuar haciendo lo que ama ya que toda la vida se ha compartido con gente de este sector caficultor como representante y delegado de la vereda La Habana ante la cooperativa y como miembro del comité municipal de cafeteros de Buga; agradece por las personas que conoce en la cooperativa porque para él es un motivo de felicidad, que funcionarios, compañeros de su hijo, personal administrativos te hagan sentir que perteneces a un gremio que te apoyan y te hacen sentir importante.

“Las personas de entidades que guían el sector caficultor son personas con calor humano, personas de bien, personas en las que se puede confiar; personas que hacen que uno se sienta en familia. Personas que atienden desde el dueño de las fincas más importantes hasta el más pequeño caficultor con la misma amabilidad, personas que sabiendo que un asociado no sabe ni firmar le explican hasta el más mínimo detalle y es tanto el compromiso evidenciado que las personas colocan su huella en documentos que no pueden leer porque se sienten en familia”.

El asociado resaltó la importancia de que los hijos que están jóvenes sigan el ejemplo y que se den cuenta que aunque para muchas personas el campo no importa o no lo ven como lo ve él; piensa que todo depende de uno; que así como él cultiva plátano, yuca, frijol, verduras, frutas y el cultivo del café; los demás cultivos te dan la mano y ayudan en momentos de crisis cafetera.

Las personas que logran estudiar y hacer una carrera importante está muy bien pero aquellos que no han podido hacer carreras universitarias se van para una ciudad a pagar arriendo y sin futuro ni un trabajo fijo; deberían considerar la posibilidad de encontrar en el campo una fuente de trabajo bella, un lugar en el que si plantas tus sueños y los riegas con amor te dará el apoyo que necesitas para sacar a tu familia adelante.

La cultura de los caficultores es para que muchas personas admiren y se den cuenta que en este país a pesar de problemas corrupción y ambición hay personas nobles, que se despajan de lo que sean para ayudar a los demás, comparte un agua de panela, una cobija de ser necesario; miran a los demás como seres humanos que merecen respeto, cariño y protección.

El asociado agradece a Dios y a la cooperativa porque han ayudado a que la vida sea más amable, a que la vida tenga sentido para seguir viviendo y esforzándose cada día; y a las personas que no saben del café ni del campo los invita a que visiten y vean como cada día las plantas son más hermosas, como crecen, como florecen y él está dispuesto a luchar para que los ideales por la tierra no se pierdan. Luchar también para que el gobierno apoye este sector; y hace un llamado para que las empresas privadas piensen en el aporte al sector agropecuario que produce el alimento, y sugiere la búsqueda de que actividades que estén encaminadas a apoyar y velar para que las otras personas tengan como sostenerse y sacar su familia adelante.

El asociado afirma su sentido de pertenencia por el gremio “Para mí ser caficultor es sentirme orgulloso de los que soy y que en adelante las personas reconozcan el aporte que hacemos, que producimos empleo y que todos de la mano podemos sacar adelante este país”

“Han pasado los años, los hijos están grandes” y el asociado recuerda con nostalgia pero con orgullo cuando conoció la madre de sus 3 hijos, cuando fueron llegando uno tras otro, con tanto cariño y una dicha tan grande por ser partes y poder humildemente una familia linda, honrada, honesta; una familia que hace que

uno se sienta orgulloso de ellos; y saber que con los años uno reconoce a sus tres hijos; dos varones y una mujer que son el orgullo para él; quienes también trajeron consigo a los nietos, que con sus travesuras y locuras lo llenan de alegría y espera que ojala sigan profesando el cariño por la tierra, sinónimo de comida, salud y amor; porque encontró en la finca un aire más puro, lejos de la contaminación, una vida tranquila, y para el su sueño hecho realidad.

Narra con alegría cuando va con sus hijos a la finca y ve como crecieron y como hoy en día tienen más fuerza que él y habilidad para el cultivo y se siente orgulloso de haber inculcado tan invaluable valores; reconoce que los años van pasando y pesando y al uno verlos con tanto entusiasmo y vitalidad el ve que el esfuerzo valió la pena y que la vida tiene que seguir pero ver que siguen sus ideales en la mente y el corazón de sus hijos, es tener la certeza de que siempre van a ser personas de bien y llevaran en su alma lo que es la tierra, estos cultivos lindos y la gente campesina de la cual se siente tan orgulloso; y con la mirada en alto y optimista sueña porque la gente aprenda a amar sus raíces.

Para don Raúl, el campo le parece un buen lugar para criar hijos porque está lejos de los vicios, se levantan los niños honrados, trabajadores y con buenas costumbres; además de solidarios con los amigos, vecinos y personas que los visitan.

Al referirme a las personas que nos visitan, recuerdo al personal de CAFICENTRO pendiente del avance de mis cultivos, del cubrimiento en servicios de salud, del estado de mis cafetales en busca de que yo sea apto para cumplir con porcentajes de venta de café o de ser necesario en momentos críticos ayudarme a gestionar la protección de ola invernal en programas de entrega de fertilizantes, fungicidas, materiales par arreglos de vivienda y mejoramiento de la infraestructura productiva de mi finca que necesariamente me resulta en una mejor producción y una mejor calidad de vida. Dentro de mis visitantes habituales reconozco que son personas que han compartido mil momentos y situaciones, que ms han enseñado y servido con sus programas de educación, de salud y programas de crédito en momentos de necesidad, donde se me han presentado dificultades en la vida diaria y

CAFICENTRO me ha tendido esa mano amable y cariñosa , ese apoyo de ellos , donde por muy difícil que esté la situación y por muy grande que sea el problema siempre he encontrado en ellos el alivio y la mejor voluntad para que salir adelante y solucionar los problemas que se me presentan.

Hay épocas en las que se han perdido las cosechas y han tenido el apoyo de CAFICENTRO con su crédito; cuando ha habido épocas buenas han logrado auxilios educativos, programas de salud y capacitaciones que incluyen tanto al asociado como a su familia.

El asociado agradece la buena voluntad con la que se siente atendido y pide a Dios que siempre se cuente con personas como estas, que son muchas y que son nobles y hacen muy bien su trabajo atendiendo bien a todos los caficultores, con un nivel cultural muy alto, dispuesto a colaborar en la medida de sus posibilidades.

Don Raúl dice “Cada que vemos una persona de nuestra cooperativa sentimos cariño por ellos, porque nos han apoyado en las épocas difíciles; porque han sido la voz de aliento para superar los dificultades y porque a pesar de haber atravesado momentos de crisis y haber estado casi al punto de desaparecer encontraron la forma de organizarse correctamente y sacar adelante no la empresa sino lo que representan para todos y cada uno de nosotros”

Considera también que esta cooperativa es un ejemplo y modelo para las cooperativas de otras partes del país, que no cuentan con tantos mecanismos para ayudar a sus asociados y sabe que el nombre de CAFICENTRO queda en alto porque está plasmado en el corazón de cientos de caficultores que encontraron en esta entidad el apoyo y la pasión por la tierra cafetera.

ANEXO 4: ENTREVISTA ASOCIADO LUIS ALBERTO GARCIA AGUIRRE

Nació el 20 de julio de 1952 en Toribio, Cuaca; para aquel tiempo Toribio era un pueblo tranquilo en donde tuvo una niñez feliz en una finca campesina que producía café como cultivo principal pero también tenían plátano, gallinas, cabezas de ganado, frijol y yuca; desde muy pequeño recuerda como jugaba con sus hermanos en medio de estos cultivos; pero con el tiempo la situación de orden público cambió, el pueblo tranquilo empezó a tener amenazas y su padre decidió cambiar de ciudad; fue en ese momento cuando decidieron vender todo lo que poseían y desplazarse en el año 1965 al Valle del Cauca, en el corregimiento de Andinópolis perteneciente al municipio de Trujillo.

Esa finca para ese entonces costo \$40.000; una finca de 22 hectáreas; su padre se asoció a la cooperativa de caficultores del centro del valle – CAFICENTRO y dos años después exactamente en el año 1967 falleció en medio del cafetal, los médicos dijeron que murió de un infarto; los gastos de su entierro y el pago de un seguro de vida fue cubierto en su totalidad por la cooperativa. En ese momento el quedó a cargo de su madre y sus diez hermanos; pues él era el hermano mayor; en ese momento decidió seguir con el legado de su padre y dedicarse también a cultivar a café e inculcar a sus hermanos el amor por este oficio y el deseo de salir adelante. En orden de mayor a menor están sus hermanos; Erminsul (El serio), Edilberto (Él Cuenta Chistes), Bertulfo (El más trabajador), Lidia, Nidia Consuelo, Flor, Lida, María, Carmen y Eladio (el andariego).

Desde el momento en que falleció su padre, su madre ingreso como asociada de la cooperativa y continuaron sus hermanos cosechando en la finca con la variedad caturro, en esa época el café se cultivaba fácilmente no como las especies nuevas que han sacado y que cuestan más trabajo para crecer y mantenerse pero esas nuevas especies son susceptibles a ataques de roya y broca los cuales fueron los motivos para que la variedad castillo hoy en día no sea recomendada.

En la época en que apareció la roya, hubo una crisis cafetera y la cooperativa daba oxiclورو, un aporte en plata para el sostenimiento de los cafetales y daba plata para pagar obreros; muchos de los caficultores aprovecharon los auxilios de la cooperativa y diferentes programas del comité departamental de cafeteros pero algunos caficultores de manera malintencionada se inscribían como damnificados de la roya y accedían a beneficios para luego venderlos o usarlos sin ningún control ni conciencia y esto ha ocasionado que estos programas sean más estrictos y controlados y con más documentación y dificultad para ser beneficiario.

Para el año 1971 se hermano Eladio estaba jugando con una escalera y se cayó desde el techo de la finca, estuvo muy grave de salud y con el tiempo se recuperó de fracturas y golpes pero nunca volvió a ser el mismo; actualmente sufre de demencia y tiene episodios de depresión y otros estados de euforia en los que sale a caminar y regresa 3 días después sin recordar donde estuvo, lo único que se sabe es que los vecinos lo ven recorrer las fincas sin poderse detener o controlar, la memoria no le funciona correctamente y olvida con facilidad donde deja las cosas o como llegar a su casa.

Con el tiempo aprendieron a vivir con la enfermedad de su hermano y conforme fueron creciendo cada uno de ellos se casó y construyeron sus propias familias; solo su hermano Eladio y su hermano Erminsul se quedaron con su madre.

En el año de 1984 conoció a Alba Marina Aguirre Sánchez quien se convirtió en la persona que lleno su corazón y con quien decidió casarse para formar una familia, decidieron radicarse en el Tolima, lugar en donde vivía la familia de su esposa y empezaron a cosechar café, después de 8 meses de estar viviendo allá su madre se enfermó y le descubrieron cáncer en el útero; don Luis viajaba constantemente para saber de la salud de su madre, revisar el estado de la finca y a su vez veía por su esposa y cuidaba de su propia finca; 4 meses después de haber detectado la enfermedad de su madre don Luis viajo un fin de semana en el que ella se encontraba delicada y tuvo que dejar a su esposa con el agregado en la finca; tres días después al regresar a su finca se encontró con la fatal noticia de que grupos al margen de la ley habían entrado de noche a su finca, habían asesinado al

mayordomo y que habían abusado sexualmente de su esposa, con prácticas inhumanas y habían dejado letreros en su finca donde le decían que se había salvado por no estar pero que de regresar y encontrarlo el correría con la misma suerte; ese día cogió las pocas pertenencias que le cabían en sus manos y una maleta; espero un día mientras le dio cristiana sepultura a su esposa fallecida y abandonó su tierra, sus 10 cabezas de ganado, la inversión en cultivos y gallinas; el gran amor de su vida y el sueño de construir una vida feliz a su lado. Fue poco el tiempo que pudo compartir con ella pues después de 2 meses de novios se casaron y un año después de estar casados sucedió esto.

Con el deseo de iniciar una vida nueva y dejar atrás este doloroso pasado, regresa al Valle del Cauca a vivir en la finca que había dejado su padre y donde su mamá se encontraba luchando contra un cáncer; decidió ingresar como asociado de la cooperativa CAFICENTRO el 7 de mayo de 1986 a la edad de 34 años y con pujanza y optimismo apoyo a su madre a luchar contra esta enfermedad y siguió viendo por su hermano Eladio (quien sufre de demencia).

En el año 2009 muere su madre tras una larga lucha contra el cáncer, recibe la asistencia en servicios funerarios y seguro de vida por parte de Caficentro y don Luis Alberto García les compra a sus hermanos la porción de tierra de cada uno de ellos; y es así como pasa de ser asociado con contrato de arrendamiento a ser asociado propietario de su predio cafetero.

Los años transcurrieron, cada uno de sus hermanos organizó su familia y el hoy en día, con 60 años de edad, vive con su hermano Eladio en finca Bellavista de la vereda La Sonadora, perteneciente al municipio de Trujillo; nunca se volvió a casar ni tiene compañera sentimental, se dedicó a sus cultivos de café, frijol, plátano, maíz, yuca y a sus 30 cabezas de ganado; vende leche, queso, cerdos esporádicamente y argumenta que esa es la forma en que un campesino se sostiene adecuadamente; encontrando en el campo el motor que le permita tener una vida digna y tranquila.

Su hermana Lidia desde los 20 años empezó a sufrir esclerosis lateral amiotrofia las células nerviosas (neuronas) se desgastan o mueren y ya no pueden enviar mensajes a los músculos, lo cual finalmente lleva a debilitamiento muscular, fasciculaciones e incapacidad para mover los brazos, las piernas y el cuerpo. La afección empeora lentamente y cuando los músculos en el área torácica dejan de trabajar, se vuelve difícil o imposible respirar por sí solo. Hoy en día su hermana tiene 50 años y no es capaz de verse por sí misma; don Luis cuida de su hermana y su hermano; afirma que es un ser feliz, que espera algún encontrarse con la única mujer que le despertó lo que él dice “ese misterio llamado amor” que a pesar de los años jamás pudo olvidar a pesar de que fue corta su historia dice que fue más grande el amor y los sueños que juntos planearon.

Don Luis es un líder en la zona cafetera a la que pertenece, apoya programas de víctimas por ola invernal, participa activamente de las asambleas realizadas por Caficentro, asiste a programas de restitución de tierras y apoyo a familias desplazadas de la zona; asegura que encontró en Caficentro el apoyo en momentos en que necesitaba ocupar su mente, ha participado de cursos educativos, campañas de cooperativismo, ahorro y mejoramiento de la infraestructura productiva de la finca.

Reconoce con agradecimiento el buen trato, el apoyo y sobre todo el segundo hogar que encontró en “Su cooperativa, Caficentro”.

ANEXO 5 ENTREVISTAS PERSONAL DE LA COOPERATIVA



UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUA.
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN.
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA.
TESIS: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR
CAFICULTOR. CASO CAFICENTRO- TULUA.

ENTREVISTA PERSONAL CAFICENTRO.

NOMBRE: Fernando Mondragón Barbosa
CARGO: Promotor de Educación
AREA: Departamento De Educación Y Comunicación
ANTIGÜEDAD (MESES): 144

1. Mencione la función principal que considera usted realiza el departamento de educación dentro de la cooperativa.

Interactuar con los caficultores, en especial con los asociados a la cooperativa para darles a conocer los servicios de bienestar social con los que cuentan por ser asociados; los cuales los cubren a ellos y su familia, sin desconocer que nuestra función principal es regular y garantizar la compra de su producto; en este caso el café. Buscamos motivar el sentido de pertenencia y proyectar sus fincas como una empresa agropecuaria buscando siempre sus satisfacción personal y el progreso socioeconómico familiar.

2. En el país se menciona que el sector caficultor está atravesando una crisis, ha evidenciado usted la mencionada crisis desde su área de trabajo? De qué manera?

Si. La actual crisis que se visualiza en el medio es debido a una mala programación y ejecución de labores dentro de la empresa cafetera cimentada en la no aceptabilidad del caficultor a las recomendaciones entregadas por el comité departamental de cafeteros, además de la mala implementación de los recursos financieros obtenidos a través del sistema bancario y los recursos que la cooperativa ha entregado o prestado a sus asociados.

3. Con el conocimiento que tiene usted sobre el sector caficultor, cuales considera que son los ejes fundamentales sobre los cuales debe trabajar CAFICENTRO de manera que garantice el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados y grupo familiar.

Sensibilización del caficultor frente a la realidad de su empresa cafetera: Creer que la economía no se basa solo en café y que su empresa cafetera debe ser una tienda donde se produzcan alimentos que sirven para la misma economía interna.

Promover la oportunidad entre los hijos de los caficultores para que inviertan sus capacidades en la misma empresa cafetera: No restringir los conocimientos de los hijos y/o esposas en pro de hallar recursos financieros y de producción de alimentos.

4. Mencione programas utilizados por CAFICENTRO en el departamento de educación y comunicación para garantizar lo mencionado en la pregunta anterior.

Capacitaciones a los asociados frente al manejo y cuidado de los equipos (maquinas despulpadoras, beneficiaderos, secaderos de café) en pro de obtener una mejor calidad de café.

Capacitación en el manejo de almacenamiento del café y demás equipos que se encuentran en las empresas cafeteras para evitar la contaminación de los mismos.

Sensibilización en el uso adecuado de los residuos de productos agroquímicos (envases y bolsas de agroquímicos) para evitar la intoxicación y contaminación de nuestro hábitat.

Sensibilización frente a la importancia que tienen las familia que integran las empresas cafeteras frente a los mercados locales dirigido a la buena producción de los productos agropecuarios: En muchas ocasiones las personas no valoran el excelente trabajo que se realiza en la zona rural.



UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUA.
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN.
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA.
TESIS: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL
SECTOR CAFICULTOR. CASO CAFICENTRO- TULUA.

ENTREVISTA PERSONAL CAFICENTRO.

NOMBRE: Sandra Patricia Gil Pacheco
CARGO: Auxiliar Crédito y Cobranzas
AREA: Departamento Cartera
ANTIGÜEDAD (MESES): 252

1. Mencione la función principal que considera usted realiza el departamento de cartera dentro de la cooperativa.

Facilitar la financiación a los asociados para cumplir sus metas tanto en producción del café como en libre inversión; y a su vez velar por el buen cumplimiento que tienen los asociados y clientes con sus obligaciones.

2. En el país se menciona que el sector caficultor está atravesando una crisis, ha evidenciado usted la mencionada crisis desde su área de trabajo? De qué manera?

Sí. Con la necesidad de los caficultores de solicitar prorrogas y acuerdos de pago en sus créditos por verse imposibilitados para cumplir con los plazos establecidos inicialmente.

3. Con el conocimiento que tiene usted sobre el sector caficultor, cuales considera que son los ejes fundamentales sobre los cuales debe trabajar CAFICENTRO de manera que garantice el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados y grupo familiar.

Educación: Buscar con entidades del gremio cafetero el apoyo para mejorar la educación del caficultor y su familia en general y de igual manera buscar otras fuentes de ingreso para el sostenimiento de su familia como talleres rurales en los que se capacite a los miembros del grupo familiar para crear fuentes de ingreso en actividades como la costura, manualidades.

Salud: Teniendo en cuenta que muy pocos asociados cuentan con servicios de salud (solo cuentan con esto los asociados dueños de grandes tierras, en las que manejan un agregado en la finca).

Asesoría técnica sobre cultivo del café: Educar al caficultor acerca de prácticas que ayuden a tener una excelente producción.

4. Mencione programas utilizados por CAFICENTRO en el departamento de cartera para garantizar lo mencionado en la pregunta anterior.

Jornadas Descentralizadas: Visitas programadas en agencias para atender en la zona a la que pertenecen y evitar gastos de desplazamiento a la oficina principal; otorgando créditos y haciendo prorrogas/acuerdos de pago.

Reestructuraciones de créditos: Mecanismo para facilitar estipulación de nuevos plazos y condiciones de créditos que eviten reportes negativos en centrales de riesgo y llegar a instancias de cobro jurídico.



UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUA.
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN.
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA.
TESIS: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL
SECTOR CAFICULTOR. CASO CAFICENTRO- TULUA.

ENTREVISTA PERSONAL CAFICENTRO.

NOMBRE: Irma Constanza Vega Díaz
CARGO: Directora Administrativa y Comercial - Subgerente
AREA: Departamento de Personal y Comercial
ANTIGÜEDAD (MESES): 183

1. Mencione la función principal que considera usted realiza el área administrativa dentro de la cooperativa.

La función principal es encaminar las diferentes áreas de la cooperativa y velar por el buen desempeño de los empleados; la cual redundara en niveles de rentabilidad que permitan generar proyectos de bienestar hacia los asociados y sus familias; quienes son los dueños y nuestra razón de ser.

2. En el país se menciona que el sector caficultor está atravesando una crisis, ha evidenciado usted la mencionada crisis desde su área de trabajo? De qué manera?

Sí. En la baja producción de café que se revela en el total de nuestros ingresos por el área de café y a su vez el precio del café; el cual genera un menor ingreso para los caficultores y el aumento del departamento de cartera como resultado de la necesidad de financiación por parte de los asociados para sostener sus familias y sus cafetales

3. Con el conocimiento que tiene usted sobre el sector caficultor, cuales considera que son los ejes fundamentales sobre los cuales debe trabajar CAFICENTRO de manera que garantice el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados y grupo familiar.

Proyectos de Salud: Realizar brigadas sociales con médicos, bacteriólogos, peluqueros, enfermeras con charlas de planificación familiar, refrigerios y programas educativos sobre el cooperativismo y el ahorro.

Capacitaciones: Establecer convenios con el SENA y otras entidades para educar a los hijos y esposas de los asociado.

Conservación del medio ambiente: La protección del ambiente y la recuperación de la productividad de la tierra es uno de los principales objetivos dentro del sector caficulator. Capacitar a los caficultores sobre la necesidad de la tierra de fertilizaciones, limpias, conservación de suelos, la no contaminación de riachuelos y micro cuencas y el adecuado uso de fungicidas y agroquímicos.

4. Mencione programas utilizados por CAFICENTRO para garantizar lo mencionado en la pregunta anterior.

Jornadas Descentralizadas: Jornadas donde la administración y los representantes de las áreas de la oficina principal nos desplazamos a las diferentes agencias de la cooperativa para incentivar al caficulator a ser 100% CAFICENTRO.

Programas de Kits Escolares: Se reúnen fondos para repartir kits entre las instituciones educativas de la zona de influencia de la cooperativa.

Programas de Uniformes Escolares: Con el cual se benefician a los hijos de asociados otorgándoles los uniformes escolares para que se motiven a seguirse educando.

Administración de puertas abiertas: El área administrativa de la cooperativa está abierta a inquietudes, sugerencias, necesidades, auxilios, créditos, gestión de viviendas, de ayudas por ola invernal y en general una administración dispuesta a escuchar y a dar solución a las inquietudes y necesidades de sus asociados de manera que los proyectos que se emprenden sean para cubrir las necesidades y el mejoramiento de la calidad de vida del sector.

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Cooperativa en el sector caficulator se refiere a un tipo de desarrollo o cultura empresarial que está encaminada a aumentar la calidad de vida de los asociados; en ella se busca no poner en peligro la sostenibilidad de las comunidades vecinas como tampoco de las generaciones futuras; como consecuencia de sus actividades cafeteras; más precisamente se enfoca en generar un impacto positivo sobre la vida de sus asociados y poblaciones cercanas

La Responsabilidad Social Cooperativa existe de manera similar en la filosofía de las entidades cooperativas, en su razón de ser; para el caso de Caficentro esta filosofía se evidencia en prácticas comprometidas con los caficultores y su grupo familiar. En estas prácticas de responsabilidad social se puede identificar las orientadas a mejorar la salud de los asociados; en donde se utilizan diferentes mecanismos para facilitar el acceso de los asociados a estos servicios básicos, a través de tarifas bajas para su atención y el llevar los médicos directamente hasta las agencias en programas mensuales de jornadas de salud descentralizadas; contribuyendo a la calidad de vida y a disminuir el gasto de desplazamiento en épocas difíciles de producción cafetera; por otro lado, en las jornadas desarrolladas de educación y comunicación Caficentro busca la cercanía con los asociados y cafeteros en general, de manera que se transmita a ellos que además de garantizarles la regulación del precio del Café y la garantía de Compra de su producción, tienen en esta entidad un apoyo que está dispuesto a trabajar en conjunto para buscarle soluciones a las dificultades que se puedan presentar.

Por otro lado dentro de los ejes fundamentales de acciones de responsabilidad social se identifican dentro del departamento de cartera, el establecimiento de servicios de créditos, con los cuales se busca ayudar en la viabilidad de la financiación de proyectos de sus asociados por medio de la cooperativa que conoce las épocas de cosecha y las condiciones para pago del crédito que son óptimas para que el asociados cumpla con los plazos y condiciones de pagos

estipuladas; es así como se presenta facilidad de acceso al servicios de crédito sin historial crediticio y plazos pactados para épocas de cosecha, beneficiando al caficultor para que centre su atención en la producción del grano con excelente calidad y obtenga la producción cafetera que le permita cumplir a cabalidad con los compromisos adquiridos.

En busca de la participación de sus asociados en actividades productivas y brindar mejores oportunidad a sus familias, Caficentro tiene reglamentado dentro de sus estatutos que en caso de existir la vacante para un puesto de trabajo, se inicia el proceso de selección en busca de que el trabajo en la cooperativa este preferentemente a cargo de los propios asociados y sus familias; demostrando así el compromiso con garantizar bienestar, seguridad social, participación, dignidad humana y protección para con sus asociados; vale la pena resaltar que las iniciativas de responsabilidad social no pueden ser acciones aisladas, sino que deben ir de la mano de la misión, visión, valores y estrategias corporativas de las entidades y en el caso de Caficentro estas estrategias están enfocadas en el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados.

La norma ISO 26000 procura el cumplimiento de políticas en materia de RSE, dentro de las materias de acción, se resalta la conservación del medio ambiente; en Caficentro se trabaja por la recuperación del suelo tras el uso del recurso natural en la siembra y cosecha de la producción cafetera; mediante programas de mejoramiento de la infraestructura productiva de la finca, apoyándose en el departamento de educación con programas de capacitación para los caficultores y con el departamento de cartera a través de créditos que permitan el mejoramiento de esta infraestructura con créditos a plazo de un año, sin intereses y para pagar con café; evidenciando así el compromiso con el mejoramiento de la calidad del grano producido por sus asociados.

En el caso de Caficentro la norma ISO 26000 también permitió identificar el cumplimiento con el principio de transparencia; en la revelación de la información

contenida en los informes en materia de ejes de acción y proyectos de RSE y la presentación del balance social cooperativo como muestra de las prácticas ejercidas en un periodo de tiempo determinado.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, Caficentro elabora su Balance Social Cooperativo en el cual se evidencian los programas de responsabilidad social implementados por su propia esencia o identidad, es decir desde sus valores y sus principios cooperativos como herramienta de medición de la gestión socioeconómica para los asociados y para todos los demás grupos de interés.

.

BIBLIOGRAFIA

- CAJIGA, Juan Felipe. *El Concepto de Responsabilidad Social*. Cemefi (Centro Mexicano para la Filantropía) 2006
- GOMEZ, Mauricio & QUINTANILLA, Diego Alexander (2012). Los Informes de Responsabilidad Social Empresarial: Su evolución y contexto internacional y colombiano. Cuadernos de contabilidad, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá. 13 (32), 121 – 158.
- Libro Verde de la Comisión Europea, La Responsabilidad Social de las Empresas: Una contribución empresarial al desarrollo sostenible. Publicada en las ediciones impresas del diario oficial de las comunidades europeas. Barcelona. 2002
- MASLOW, Abraham. Teoría de la Motivación Humana. Editorial PsychologicalReview. 1943
- MONROY, Sonia. Enfoque y conceptos de una administración renovada, el aporte de Aktouf. Innovar. Revista de las ciencias administrativas y sociales. Julio, 2005. Vol. 15. N° 026. P 3-4.
- REVISTA DE POLITIVA SOCIAL- MANOS UNIDAS.org. El concepto moderno de empresa ha de incluir necesariamente cuestiones éticas. 2004
- ROITSTEIN, Florencia. La Responsabilidad Social Empresarial: Tendencias y Oportunidades. Revista Latinoamericana de administración., 2004. Número 32. Pág. 9.
- RUNCIMAN, Steven. Historia de Las Cruzadas. Barcelona. 3 Edición. Editorial Alianza, 2008.
- SABATO, Ernesto. Antes del Fin. Cuarta Edición. Independencia, Buenos Aires. Compañía Editora Espasa Calpe Argentina S.A. Grupo Editorial Planeta.1998.
- SCHUMPETER, Joseph. Capitalismo, socialismo y democracia. Barcelona. Editorial Folio,1934.

PAGINAS DE INTERNET

- Alianza Cooperativa Internacional. Disponible en internet: <http://www.aciamericas.coop/Quienes-somos,2092>
- Comunicación Europea: “RSE, Contribución al desarrollo sostenible” ” [en línea], disponible en: http://www.observatoriorisc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=188%3Acomunicacion-relativa-a-la-rse-julio-2002&catid=41&Itemid=81&lang=es
- INSTITUTO ETHOS. Conceptos Básicos e indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. [En Línea] 1ª Edición en Español. Publicada Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa (CE & CC). Caracas. 2005 http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0_A59dConceptosBasicoseIndicadoresManual.pdf
- FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS. La Gente del Café [En línea] http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/la_tierra_del_cafe/la_gente_del_cafe/
- FONSECA, Luz. Colombia: Escenario social, económico e institucional de la actual crisis cafetera [En Línea]. Bogotá. 2003 <http://www.cepal.org/colombia/noticias/documentosdetrabajo/2/14772/CAF-G-ES.pdf>

REVISTAS

- Cambio, (2007), El potencial de la RSE, p, 133
- Dinero, (2007, 14 de septiembre), “Trabajo sostenible”, núm. 286, p.164
- Dinero, (2007, 25 de mayo), “5000 Empresas”, núm. 278, pp. 70-74.