

**Modelo de Gestión con Responsabilidad Social en Microempresas Productoras de Café en
sus Eslabones de Transformación y Comercialización. Caso de Estudio: Colina del Sol
Chinchiná Caldas**

Víctor Alfonso Moncada Villada

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Básicas de Tecnología e Ingeniería - ECBTI

Programa de Ingeniería Industrial

CCAV Eje Cafetero

2021

**Modelo de Gestión con Responsabilidad Social en Microempresas Productoras de Café en
sus Eslabones de Transformación y Comercialización. Caso de Estudio: Colina del Sol
Chinchiná Caldas**

Víctor Alfonso Moncada Villada

Proyecto de Investigación para optar al título de Ingeniero Industrial

Directora:

Gloria Paulina Castellanos Jaramillo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Básicas de Tecnología e Ingeniería - ECBTI

Programa de Ingeniería Industrial

CCAV Eje Cafetero

2021

Página de Aceptación

Gloria Paulina Castellanos
Directora Trabajo de Grado

Jurado

Jurado

Dedicatoria

Dedico este trabajo primeramente a Dios que me ha dado la vida y las habilidades para lograr mis metas en lo que llevo de mi trasegar por este mundo, a mis padres, hermanas y a mi esposa que me han dado las bases para cultivar valores y me han dado su apoyo como parte de mi formación académica; pero ante todo como persona.

Agradecimientos

Agradezco a cada uno de mis tutores por guiarme en este camino del saber, y por supuesto a las familias cafeteras que, como en el caso del señor Carlos Roldán y su Familia fueron mi inspiración para llevar a cabo este proyecto para optar mi título como Ingeniero Industrial.

Resumen

Siendo el café uno de los productos insignias de nuestro país, es necesario hacer un aporte esencial desde la ingeniería industrial a la cadena productiva que involucra la recolección, transformación y comercialización de este producto, específicamente en estos dos últimos, los eslabones de transformación y comercialización; desde la Responsabilidad Social Empresarial RSE, entendida como la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad (ISO, 2010); buscando con esto generar un modelo de gestión con responsabilidad social, que incentive la calidad de vida de los trabajadores, en el eslabón de transformación, que propicie el cumplimiento de las mínimas normas de protección ambiental de quienes lo transforman y otorgando a quienes lo comercializan un empoderamiento para incentivar la cultura y el turismo, mostrando las fortalezas locales al mundo, en lo relacionado con el arte de la recolección como el principio de la cultura cafetera propia de esta región, promoviendo un sistema de gestión amigable contribuyendo así a la productividad y competitividad con responsabilidad.

En este sentido, el proyecto de investigación con enfoque mixto de tipo descriptivo, parte del diagnóstico de 25 empresas pequeñas de la cadena productiva del café en del municipio de Chinchiná Caldas, contrastando posteriormente con los distintos modelos teóricos existentes sobre RSE, para posteriormente identificar y crear el modelo con las estrategias, los indicadores, las condiciones y las acciones que se derivan del análisis de la información recolectada con diferentes técnicas e instrumentos apropiados a la investigación. De ahí que, con respecto al caso de estudio para Colina del Sol, que está incluido en dicho diagnóstico fuera la elegida para este modelo.

Los resultados del estudio específico en la cadena productiva de café, permitirá plantear una propuesta de mejoramiento bajo los criterios de responsabilidad social empresarial con un modelo que beneficie a los empresarios, a la sociedad y al medio ambiente de manera progresiva.

Palabras claves: Modelo de gestión, RSE, café, comercialización y transformación.

Abstract

Since coffee is one of the flagship products of our country, it is necessary to make an essential contribution from industrial engineering to the production chain that involves the collection, transformation and commercialization of this product, specifically in the transformation and commercialization link; from corporate social responsibility CSR, understood as the responsibility of an organization for the impacts that its decisions and activities cause on society and the environment, through ethical and transparent behavior that contributes to sustainable development, including the health and well-being of society (ISO, 2010); looking for with this to generate a management model with social responsibility, that encourages the quality of life of the workers, in the transformation link, that propitiates the fulfillment of the minimum norms of environmental protection on the part of those who transform it and granting to those who they commercialize an empowerment to encourage culture and tourism, showing local strengths to the world, in relation to the art of harvesting as the principle of the coffee culture typical of this region, promoting a friendly management system thus contributing to productivity and competitiveness with responsibility.

In this sense, the research project with a descriptive mixed approach, starts from the diagnosis of 25 small companies in the coffee production chain in the municipality of Chinchiná Caldas, subsequently contrasting with the different theoretical models on CSR, to subsequently identify and create the model with the strategies, indicators, conditions and actions that derive from the analysis of the information collected with different techniques and instruments appropriate to the investigation. Hence, with respect to the case study for Colina del Sol, which was part of said diagnosis, was chosen for this model.

The results of the specific study in the coffee production chain will allow a proposal for improvement under the criteria of corporate social responsibility with a model that benefits businessmen, society, and the environment in a progressive way.

Key words: Management model, CSR, coffee, commercialization, transformation.

Tabla de contenido

Lista de Tablas	11
Lista de Figuras	12
Lista de Anexos	13
Introducción	14
Planteamiento del Problema	16
Justificación	18
Objetivos	24
Objetivo General.....	24
Objetivos específicos	24
Marco Teórico	24
Contextualización en torno a referentes bibliográficos	24
Marco Metodológico	32
Diagnóstico.....	32
Contextualización en torno a la situación y panorama actual de las empresas dedicadas a la caficultura colombiana	32
Elementos y variables para el modelo	38
Buenas prácticas sugeridas para el caso de estudio.....	40
Aplicación Modelo de Gestión.....	42
Datos Técnicos.....	42
Modelo de gestión para el caso de estudio	45
Imágenes de apoyo como divulgación del proyecto	58
Conclusiones	59
Comentarios	60

Referencias bibliográficas 62

Anexos 64

Lista de tablas

No se encontraron entradas de tabla de contenido.

Lista de figuras e imágenes

Figura 1. Mapa 1. Zonas rurales y cabecera del Municipio de Chinchiná Caldas.	33
Figura 2. Gráfico 1. Nivel educativo en la zona de influencia.	34
Figura 3. Gráfico 2. Idea de conformación del negocio.	35
Figura 4. Gráfico 3. Asesorías sobre idea de negocio.	36
Figura 5. Gráfico 4. Financiamiento del negocio.	36
Figura 6. Gráfico 5. Capacitación.	37
Figura 7. Imagen 2. Procesos del café.	39
Figura 8. Imagen 3. Diagrama de bloques del proceso productivo del café.	40
Figura 9. Fotografía 1. Casa colina del Sol.	55
Figura 10. Fotografía 2. Palos de Café.	55
Figura 11. Fotografía 3. Predios Colina del Sol.	55
Figura 12. Fotografía 4. Socialización del Proyecto.	55
Figura 13. Fotografía 5. Participación en ponencias para semilleros de investigación.	55
Figura 14. Anexo de la encuesta para la caracterización de empresas en Colombia.	60

Lista de anexos

Anexo 1. Caracterización de Emprendimientos en diferentes regiones de Colombia.	60
--	----

Introducción

Desde la llegada del café a Colombia se han venido incorporando mejoras desde la recolección hasta su comercialización tanto de manera artesanal como tecnificada en pro de una mejor rentabilidad y excelencia del fruto para poder llegar al consumidor final.

Sin embargo, los esfuerzos realizados en toda la cadena productiva han estado enfocados en un aumento de productividad y ganancias por parte de los empresarios, dejando de lado aspectos de tipo laboral, social y medioambiental enmarcados en la filosofía de responsabilidad social que bien manejados redundan también en una mayor productividad para la empresa beneficiando no solo a los propietarios sino a los trabajadores y al entorno. Existe poco interés, formación y sensibilización por los empresarios cafeteros en lograr mayores beneficios a partir de la incorporación de mejores prácticas a la luz de referentes mundiales tales como la Norma ISO 26000, “Guía sobre responsabilidad social”, que define la responsabilidad social como: responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad. (2010)

En vista de lo inmediatamente anterior, se pretende plantear por medio de un proyecto de investigación un modelo de gestión con responsabilidad social para la cadena productiva del café en una empresa objeto de estudio, específicamente en los eslabones de transformación y comercialización, enfocado en aspectos como la importancia de la participación y motivación de los trabajadores, su situación laboral, su calidad de vida; aspectos en lo relacionado con la transformación que impactan el medio ambiente a través de residuos y procesos poco amigables con la naturaleza y en el eslabón de comercialización destacar impactos sociales a partir del turismo con el alto grado de reconocimiento que tiene el café a nivel mundial que para el caso específico de Chinchiná Caldas donde se hizo el estudio, se resalta el reconocimiento de dos

Guinness Récord de la taza de café más grande del mundo y la que mayor cantidad de litros de café se repartió de esta taza en tres variedades.

De esta manera, se logrará menguar las problemáticas como la pobreza, las malas condiciones de vida, el deterioro ambiental y los efectos sociales negativos si se aplica este modelo para impactar de manera positiva aunado con los entes gubernamentales para no dejar que la taza solo sea un reconocimiento o insignia, sino más bien, que impulsados por este modelo se reconozca también las actividades propias de una cultura cafetera como un ícono mundial.

Planteamiento del problema

La necesidad de contar con herramientas de gestión útiles para la identificación y unificación de los factores que garanticen una gestión con responsabilidad social en la cadena productiva del café en el municipio de Chinchiná Caldas, específicamente en los eslabones de transformación y comercialización, no solo para el beneficio de los empresarios sino para todas las partes afectadas justifica el planteamiento de un modelo que proporcione las condiciones necesarias en los procesos de transformación y comercialización del café, en una empresa seleccionada para el estudio, con una mirada en los enfoques administrativo, humano, social y ambiental.

Desde lo humano incentivando las mejoras en la calidad de vida y mejores condiciones laborales de sus trabajadores; desde lo ambiental que quienes transforman el café con procesos como el despulpado, lavado y secado, cumplan con las normas mínimas requeridas frente al marco común de sostenibilidad y desde lo social que quienes comercializan este producto apoyen el fomento al turismo de acuerdo a su legado cultural proporcionando bienestar a las familias que viven de este negocio así como a la sociedad en general.

Consecuentemente se pretende proponer mejoras oportunas que sensibilicen a los empresarios en pro de la responsabilidad social, en cada etapa del proceso de la cadena productiva para lograr y seguir generando un impacto positivo al mundo dado que el café es insignia en nuestro país, es aceptado y valorado con gran gusto en la sociedad colombiana, por la bebida y todos sus derivados, así como por los paisajes que envuelven los cultivos, la cultura y el enfoque que se entretiene a lo largo de todas las etapas y que llama la atención de los turistas y soporta la economía de muchas familias en la región.

Ahora bien, se hace necesario de una intervención acorde con la problemática planteada que aporte a las empresas que generan impactos a personas, familias y comunidades en el entorno

que se encuentran y surge como propuesta en la presente investigación que parte de explorar las condiciones actuales de las empresas dedicadas a la caficultura para hacer el análisis de la situación y formular un modelo de gestión acorde con las realidades y necesidades detectadas en torno a los referentes dados sobre responsabilidad social empresarial RSE, las herramientas existentes para mejorar y los modelos de gestión innovadores.

Incentivar la cultura cafetera a partir de la comercialización del café en su transformación con base en el turismo y generar mejor desarrollo económico en el municipio de Chinchiná Caldas.

En este sentido se da lugar a la apertura de un interrogante que marca la pauta para el inicio de la presente investigación: ¿Cuál modelo de gestión con responsabilidad social impulsa la cadena productiva del café, dando respuesta a los impactos administrativo, humano, social y ambiental que se derivan de los eslabones de transformación y comercialización?

Justificación

El café, producto insignia de nuestro país, conforma una cadena productiva con eslabones tales como la recolección, transformación y comercialización. El análisis a partir de la observación y conocimiento de primera mano que se realiza por parte del autor del presente proyecto permite revisar la situación actual en toda la cadena, donde se abarcan aspectos tanto positivos como negativos dentro de los cuales se pueden mencionar factores preocupantes en cuanto a contratación y calidad de vida de los empleados denominados técnicamente como recolectores. A estos, cuando se les contrata no se hace de manera formal, es solo verbal y sin ninguna afiliación al sistema de salud o fondo de pensiones. Sólo se les paga por kilo recogido en el día y si acaso, se les da una comida al día que normalmente es el almuerzo. Además, se ha notado que los alojamientos son dotados con camarotes y normalmente se deben compartir las habitaciones hasta con 4 personas y uno o máximo 3 baños.

Esta situación puede mejorar si los empresarios, denominados caficultores, con mayor grado de responsabilidad, se asocian con entidades del sector de la salud para proveer a modo de calidad de vida, un subsidio de salud por el tiempo que dure la cosecha que es normalmente la época en que más se contratan recolectores. A los que son permanentes, se les observa que cumplen con contratos firmados y con aportes a salud y pensión. Sin embargo, en este aspecto no se ahondará puesto que se entiende las dificultades económicas que esto conlleva administrativamente y por ser temporal; además del tipo de personal que se contrata que normalmente se les conoce como “andariegos” o de “paso” y por lo tanto no se ajustan a los cambios constantes para un sistema de salud que en últimas redundaría en sobre costo, según datos obtenidos por los mismos empresarios; es decir, los caficultores.

Ahora bien, con respecto a la etapa o eslabón de transformación se ha detectado en el sector, que recientemente en el medio se han organizado a un grupo de empresarios con mejores

ingresos y que proporcionan mejores condiciones de trabajo y calidad de vida a sus empleados. Están normalmente afiliados al sistema de salud y pensión, integran el grupo de pequeños empresarios de la cámara de comercio de Chinchiná, y lo que realizan en cuanto a la transformación es básicamente el proceso de despulpado, lavado y secado del café. Además de la selección de un buen grano, cumplen con la demanda media para cubrir los gastos como PyMES. Esto incluye el almacenamiento y venta de café para exportarlo o venderlo al interior del país. Sin embargo, se pudo detectar que este grupo de empresas no están siendo responsables a cabalidad socialmente y más especialmente con la responsabilidad ambiental. Se identifican en el medio caficultor altos desechos como aguas destiladas, basuras, contaminación, ruido, en algunos; instalaciones eléctricas y sanitarias inadecuadas, etc.

En cuanto a la comercialización se ha puesto el foco de atención en las pequeñas empresas que están integrándose a la venta del café de las fincas cafeteras que son del eslabón de la recolección. Estos tienen la oportunidad de vender su café mostrando su variedad, clase, y otras características para promover la cultura cafetera. Estos pequeños empresarios se están uniendo a un conglomerado de PyMES con referente del Guinness récord, para incentivar la economía naranja o verde, como también lo llaman en otros entes, y así asociar a este grupo de empresas que comercializan el café en variedades como el arábigo, el robusta, el castilla, libérica, excelsa; entre muchos otros, así como sus presentaciones de café tostado, en grano, molido y con diversidad de notas y tipos de gusto para ofrecer al extranjero y al visitante y promover dicha cultura cafetera. De esta manera, se está logrando interrelacionar una misma economía con fines culturales que promuevan el crecimiento de la cultura en el municipio, mostrando su producto oficial, y promoviendo además el ecoturismo. En este tema sobre el ecoturismo, se notó una asociatividad de fincas cafeteras que quieren incorporarse al ministerio de cultura o por lo menos

a la secretaría de cultura del departamento y del municipio, ofreciendo hotelería turística del paisaje cultural cafetero de Chinchiná.

Dado que este producto, tiene un impacto por un lado positivo porque el café es insignia en nuestro país y es aceptado con gran gusto en la sociedad interna y externa, llama la atención sus paisajes, su cultura y el enfoque sobre el procesamiento o etapas por las que pasa un grano de café para quedar en una excelente taza en su punto. Pero existe la otra cara de la moneda que es el impacto negativo al darnos cuenta de lo “sacrificado” que es obtener una taza de café de excelente calidad. Nos referimos con esto, a la recolección del café, pues el panorama no es el mejor debido a las condiciones del personal que se contrata para tan loable labor. Bohórquez (2019) en entrevista a Roberto Vélez, Gerente general de la Federación de Cafeteros, afirma que “la reconversión de las fincas y la falta de productividad le están quitando cuerpo al catalogado mejor café del mundo. El riesgo es inminente”. (El Espectador. 2019).

Por otro lado, lo que se quiere mostrar al mundo es el origen de lo que es *nuestra* marca cafetera, claro está hablando de la sensibilización sobre la realidad para la obtención de las ganancias. A este respecto se puede incluir la ética profesional y la moral, pues para muchos es relevante adquirir un producto que satisfaga las necesidades, pero que provengan de una cadena de procesos limpia, de valor, digna de la expresión cafetera. Se habla de la responsabilidad que se tiene con las más de 540 mil familias cafeteras en el país de acuerdo con cifras de la Federación Nacional de cafeteros (FNC en cifras, 2019); muchas de estas no obtienen los recursos necesarios para promover su café, bien sea desde la recolección o su venta. Además, una cantidad media tampoco han podido acceder a las tecnificaciones de sus fincas para tener un mejoramiento en la recolección, riegos, selección y clasificación de su café. Esto indica una baja productividad en el mercado, y como lo menciona el Gerente de la Federación Nacional de Cafeteros, esto está

impactando negativamente en que tengamos la catalogación de uno de los mejores cafés del mundo.

De esto se desprende entonces que cuando hay cosecha, los caficultores al no tener los recursos necesarios, cuando contratan recolectores no pueden ofrecerles buenas condiciones bajo un contrato oficial que les garantice calidad de vida o los incluyan en los sistemas de salud y pensión. Por ello, la cara oculta al mundo sobre este asunto, pues la mayoría de los recolectores son de *bajos y / o escasos* recursos económicos, hay consumo de drogas, no se tiene responsabilidad de los recolectores para con el patrono, pues se presencian robos, ausentismo y deserciones por motivos de la mala paga en muchos casos, por las condiciones de las instalaciones y lo que les ofrecen no llenan las expectativas. Esa cara de la caficultura colombiana no es aceptada por muchos, y como ya se mencionó se entiende la razón y por ello no se ahondará al respecto; pero si se pretende dar la idea de lo que esto puede significar como imagen, y se pudiera mejorar para implementar acciones que conlleven en fortalecer el desarrollo sostenible a partir de la responsabilidad social y empresarial para las PyMES. Otro aspecto que se ve es que muchas fincas cafeteras no están incluidas aún como entidades generadoras de empleo, no hay formalismo en el mercado y por ende las dificultades de acceder a sistemas de beneficios para tecnificar sus propiedades y así sacar un buen producto, ofrecer buenas condiciones laborales a sus recolectores y la permanencia del mercado o sus ventas.

Lo anterior con respecto al arte de la recolección, y es lo que, en vez de rescatarse, se ha perdido por el afán solo de las grandes haciendas que sí tienen la forma o el poder de recolectar a cantidades exorbitantes, causa el declive de los pequeños caficultores. Ahora bien, en lo concerniente a la transformación y comercialización hay que tener en cuenta dos aspectos fundamentales y son los eslabones en que si se trabajará de fondo:

Hoy existen empresas grandes que se encargan de la transformación del café para poderlo exportar en alguna presentación, y tenemos el ejemplo de Buencafé Liofilizado de Colombia que lleva 46 años en el mercado, tiene una de las mejores muestras de café soluble y que exporta para el mundo, en especial para los continentes de Asia y Europa.

Se menciona porque hace parte de un proceso que directamente están involucrados los caficultores en general, pues es a esta empresa a quienes ellos también les venden el café para poderlo procesar de tal manera. Sin embargo, encontramos otras que, aunque no lo procesan así, lo hacen de otra manera y lo llevan a lo artesanal. Es el caso de empresas como Compañía Cafetera, Colina del Sol, Finca las Vegas, la Meseta entre otras, están mostrando sus productos estableciendo el mercado en la zona y haciéndolo propio para poder vender su producto en presentaciones diferentes a la de la grande empresa como Buencafé. Estas lo hacen en cafés en el parque principal, venta de café tostado en grano o molido y diversidad de variedades. Similar apreciación realizó el diario la patria en su publicación semanal. (la patria, 2019)

El segundo aspecto tiene que ver con la misma comercialización, que está ligada al mundo cultural y turístico. Pues están incorporando establecimientos que ya mencionamos en el aspecto anterior a un “conglomerado” de pequeños empresarios para promover el turismo, ecoturismo y eco hotel y así mismo, promover la venta del café y establecer el desarrollo sostenible en el municipio con el enfoque en la responsabilidad social y empresarial logrando así, la economía naranja.

En el marco del presente proyecto, finalmente, cabe destacar en el e-book editado por ISOTools Excellence, acerca de la ISO 14001-2015 y sus cambios y novedades, se presenta como resultado del proceso de revisión de la norma, que los principales cambios giran en torno a unas recomendaciones puntuales, entre las que encontramos:

1. Incluir algunos principios de la norma ISO 26000 “Responsabilidad social”, para conseguir un acercamiento entre la gestión ambiental y la responsabilidad social que debe tener la alta dirección de una organización.

2. Profundizar en el concepto de demostración del compromiso del cumplimiento de la ley. Las empresas que implementen ISO 14001 deberán concienciarse aún más sobre la importancia de las leyes ambientales y su cumplimiento.

3. Fortalecer la relación existente entre la gestión ambiental y la actividad principal de una organización. (Isotools.org, 2019)”.

Se observa que en la actualidad, a pesar de la importancia y el auge de las normas ISO en el mundo, los empresarios, especialmente de las empresas pequeñas y medianas que son las que más contribuyen a la productividad del país como ha sido demostrado por varias fuentes, siguen renuentes a mejorar sus procesos en vía de la certificación de calidad o ambiental, independientemente de su obligatoriedad, aún falta generar una cultura de protección y cuidado de los recursos tanto humanos como físicos y ambientales que a largo plazo pueden cambiar la imagen empresarial y mejorar la calidad de vida de la sociedad.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un modelo de gestión con responsabilidad social en la cadena productiva de café en los eslabones de transformación y comercialización para la empresa Colina del Sol en el municipio de Chinchiná Caldas.

Objetivos específicos

Realizar diagnóstico de la cadena productiva del café en Chinchiná Caldas en los eslabones de transformación y comercialización.

Identificar elementos y variables para el modelo a través de la contrastación con otros modelos revisados en la literatura.

Plantear el modelo a partir de variables identificadas y la recolección de información necesaria primaria y secundaria que soportan el estudio.

Socializar el modelo propuesto ante la comunidad académica y empresas involucradas en el estudio.

Marco teórico

Contextualización en torno a referentes bibliográficos

Partiendo de la importancia histórica del concepto que trata la presente investigación, Responsabilidad Social Empresarial, para identificar un único concepto y hacer el análisis de la situación actual, encontramos de acuerdo con Correa Jaramillo (2007), que antes del siglo XIX no existía la responsabilidad social empresarial como tal, existían instituciones independientes dedicadas a solucionar problemas sociales de manera filantrópica, ya para la segunda mitad del siglo XX , luego de la crisis de 1930 en países como Estados Unidos y en Europa, se reconoce algún grado de afectación del sector productivo al entorno por lo que el estado inicia una pequeña intervención a partir de normas con el fin de proteger recursos naturales e intereses públicos; ya para la década de 1960 se visualiza la relación entre empresas, gobierno y sociedad en procura de proteger los intereses de las sociedad enfocándose en el compromiso de proteger el entorno y con enfoque hacia las causas sociales. A partir de los años 90 el concepto de competitividad basado en los clientes hace que el ser responsable se considera como una buena imagen para las organizaciones y así se incentiva cada vez más el participar en políticas y acciones de responsabilidad social.

Es importante resaltar que el crecimiento de los países, en aspectos económicos y de número de población, acompañado de la globalización, el deterioro del medio ambiente, la exclusión de sectores de la sociedad como producto de desarrollo también han determinado la evolución del concepto de responsabilidad social empresarial (Correa, 2007).

Se llega así, a una definición clara del concepto, donde el autor afirma:

“La integración voluntaria, por las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas,

sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores”. El análisis histórico respectivo, muestra que: hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social empresarial ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, ésta es importante en todos los tipos de empresa y todos los sectores económicos, desde las pymes a las empresas multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. Aunque muchas pymes ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a través de su participación en el entorno próximo, lo local, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de las buenas prácticas podría contribuir a fomentar la responsabilidad social entre este tipo de empresas (Correa, 2007 pág. 94).

En este sentido, la presente investigación aboga por la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en microempresas en este caso dedicadas a la caficultura, por su importante aporte significativo al empleo y desarrollo económico de la región y el grado de afectación ambiental y social que se hace cada vez más creciente y genera una constante preocupación e interés por la sociedad afectada. Es relevante para la revisión de los modelos existentes, la definición o al menos aproximación de lo que pretende un modelo de gestión integral, entendiéndose integral como el resultado de la responsabilidad social empresarial, más la responsabilidad ambiental, más la competitividad, en un esquema de compatibilidad y sostenibilidad entre estas. Con lo anterior, si bien un modelo de gestión integral no se ha abordado desde el municipio de Chinchiná, existe ya a nivel nacional el reconocimiento y preocupación por de diferentes actores de este tipo de servicio, que han vinculado en su gestión, estrategias para la producción y el consumo sostenible a través de ciclos como el PHVA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar), es así como se ha identificado desde la guía para la gestión y

manejo Integral de residuos en el servicio uso final de los desechos generados por los lixiviados o el mucilago del café, y que por entidades reconocidas afirman que : “En el mundo competitivo en el que vivimos, caracterizado por un progreso vertiginoso en las nuevas tecnologías, la innovación y los cambios constantes, se hace indispensable que las organizaciones sean más flexibles y estén preparadas para enfrentar el medio en el cual se desenvuelven. De ahí que la gran necesidad de las empresas sea la de mejorar los procesos e innovar en el diseño de productos y servicios, para permanecer en los más exigentes mercados nacionales e internacionales”, se destaca en la misma guía que dicha estrategia: “Es una estrategia flexible, que permite su aplicación a cualquier actividad económica”. (Alcaldía de Bogotá, 2010, P. 41, 42).

La guía es un avance muy importante para un empresario emprendedor, sin embargo, no se establece una real articulación entre la caficultura y la estrategia, remitiendo al empresario a la norma para dar creación de su plan en particular.

Desde el punto de vista empresarial, los costos y el retorno de las inversiones son factores decisivos al momento de generar un negocio, por lo cual los estudios de factibilidad enmarcan en sus análisis cifras y no impactos sobre todo si estos son de cara a la comunidad y el ambiente. Parece ser posterior a la conformación legal, que las empresas incorporan en su toma de decisiones los aspectos que van más allá del cumplimiento normativo y que serán valorados como retorno social desde y hacia la empresa, aun cuando todo su esquema estratégico lo incluya en sus diferentes mensajes de misión, visión, políticas, etc.

En su proyecto, Diseño de modelo de responsabilidad social empresarial en PYMEs constructora araucana Ruiz (2013) indica que “Los organismos que integran la Red Alia RSE, hacen énfasis en la importancia de asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio, y sustentar el cumplimiento de los estándares propuestos para los siguientes ámbitos de la Responsabilidad

Social Empresarial: Calidad de vida en la empresa, Ética empresarial, Vinculación de la empresa con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente.” (Ruiz, 2013, p. 21). “La Responsabilidad Social Empresarial es una sinergia entre aspectos legales, éticos, morales y ambientales, es también una decisión voluntaria, no impuesta, aunque se deba actuar bajo una normatividad referente al tema. La RSE comprende aspectos internos y externos, los primeros orientados hacia la empresa y los segundos, a los clientes, proveedores, familia de los trabajadores, la vecindad y el entorno social y ambiental. El éxito económico empresarial no depende exclusivamente de un componente estratégico de negocios, más bien depende de estrategias que conformen y respalde los beneficios de índole social, en este sentido la gestión de la gerencia es necesaria y protagónica. Las organizaciones han reconocido la relevancia de la responsabilidad social con especial interés en programas que contribuyan con el mejoramiento del medio ambiente, dado que las regulaciones existentes en requerimientos ambientales le han exigido el cumplimiento absoluto de normativas puntuales.” (Ruiz, 2013, p. 26)

Resulta interesante en la investigación mencionada, la compactación de las dimensiones comprometiéndolas como dos: internos y externos, desde donde se abarcan los diferentes aspectos considerados. La adopción de la filosofía RSE por las empresas comienza por el acogimiento de políticas formales y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental, la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos y, finalmente, el escrutinio externo de los resultados. (Figuroa, Aguirre, Wilches y Rojas, 2012). Para Figuroa et al (2012) “Se puede estructurar la Responsabilidad Social “incluyendo un modelo estratégico social que sea vínculo para la construcción de un modelo de mercadeo social en la búsqueda del crecimiento rentable.”, desde el desarrollo del diagnóstico que identifique a los colaboradores, sus necesidades e intereses; vinculando a los colaboradores, el valor social, económico y ambiental.

En la misma línea, Campos, Aristizábal y Londoño, (2015) en su Modelo de gestión socialmente responsable para el eslabón de producción de guadua, el componente Administrativo se desliga de Comercial, manteniendo el Ambiental y Social; llegando a lo anterior mediante el método inductivo y el uso de las variables: (aprovechamiento, mercado, financiera o administrativa), “Estas variables se pueden diferenciar en cada uno de los componentes, ya que son comunes para todos, con el objetivo de mantener los mismos parámetros de evaluación, componentes entre los que se encuentran el ambiental, social, comercial y administrativo”.

Es importante resaltar la afirmación por los autores en mención sobre: “la gestión socialmente responsable contribuye al mejoramiento propuesto para el eslabón de producción porque permite el logro de cuatro aspectos: la alineación de las diversas prácticas con la estrategia del negocio, lograr el encaje de la estrategia competitiva de la unidad productiva, establecer el sistema de recursos humanos, para conseguir una coherencia entre una asociación con prácticas socialmente responsables y el desempeño del negocio.” (Campos et al, 2015, p. 6)

Para las diferentes dimensiones presentadas, se aproxima los escenarios que abordan y cómo independientemente contribuyen al desarrollo sostenible de las empresas. Para lo cual es necesario definir el concepto de desarrollo sostenible, este se tomará de la definición entregada por la Ley 99 de 1993 en su artículo tercero así: “Se entiende por desarrollo sostenible el que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de la vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades” (Ley 99, 1993).

Entre los principios generales ambientales, la política ambiental colombiana profesa que: “El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de

1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.” Con lo anterior se resalta el papel determinante de la dimensión ambiental en los procesos de desarrollo, sin embargo y para dicho logro se requiere de prestar atención a detalles de la gestión ambiental que para el caso de los caficultores se convierte en el consumo de agua, el vertimientos y manejos de aguas residuales, la generación de ruidos y olores, siendo este uno de los procesos productivos que más consume agua como en el lavado y despulpado del café (Tavera & Torres, 2015), “puesto que los caficultores tienen la idea de que entre más agua se utilice queda mejor lavado el café”.

Estos autores afirman que: “lo que se percibe es que en Colombia no se tiene una normatividad con medidas específicas para el buen manejo del agua en dichos lugares dejando una gran problemática y el desperdicio económico que conlleva su no reutilización. Además, los propietarios de muchas de las fincas no son conocedores del posible beneficio que traería el tratamiento de estas aguas residuales para recircularla en el proceso productivo. “Se observa como para los diferentes proyectos la gestión de la responsabilidad social empresarial conserva los lineamientos de lo ambiental, lo económico y lo social, ampliando o desagregando aquellos elementos requeridos para el sistema productivo en particular. De esta manera, la contextualización realizada en torno a la revisión bibliográfica, centrada en el análisis del concepto, su evolución y la aplicación del mismo en diferentes sectores de la economía expuestos anteriormente, brindan herramientas teóricas para elaborar una propuesta innovadora y pertinente para el sector productivo de la caficultura colombiana, en este caso en la región objeto de estudio, de manera que se convierte en el primer referente para otras regiones que quieran mejorar continuamente, ser sostenibles y actuar de manera responsable con la sociedad que lo demanda.

Marco metodológico

Diagnóstico

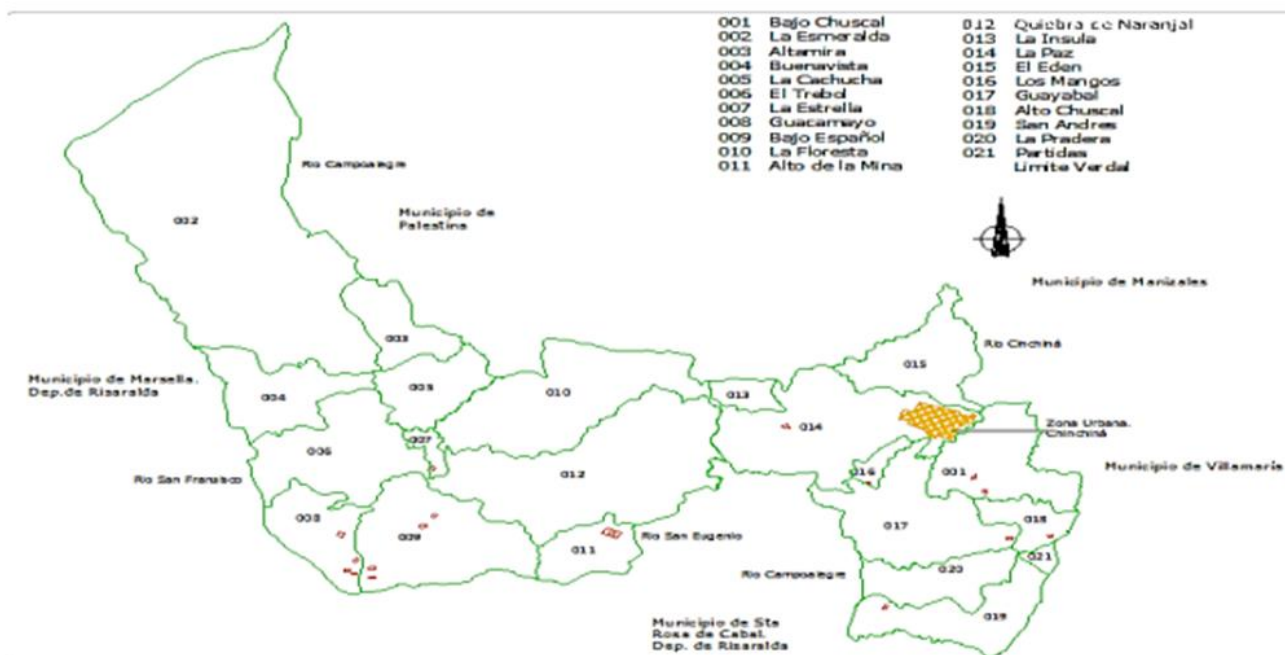
Realizar diagnóstico de la cadena productiva del café en Chinchiná Caldas en los eslabones de transformación y comercialización.

Contextualización en torno a la situación y panorama actual de las empresas dedicadas a la caficultura colombiana.

Con una población urbana de 51.280 habitantes, el municipio de Chinchiná se encuentra en el departamento de Caldas y es uno de los municipios que conforman el conocido eje cafetero. En su contexto territorial el municipio de Chinchiná se encuentra en una extensión territorial de 112.4 km². El Municipio de Chinchiná está ubicado en la Zona Centro Sur del Departamento de Caldas y sus límites son:

- Al norte con el Municipio de Palestina separado por el río Campoalegre y quebrada Cameguadua;
- Al nororiente con el municipio de Manizales, separado por el río Chinchiná,
- Al sur con el Departamento del Risaralda separado por el río San Francisco,
- Al sur occidente, los ríos Campoalegre y San Eugenio,
- Al sur oriente con el Municipio de Villamaría, separada por la quebrada Los Cuervos;
- Al occidente con el Municipio de Risaralda, separada por el río Cauca.

El área física del municipio se compone por una cabecera municipal y una zona rural compuesta por veintiún (21) veredas, así:



Mapa 1. Zonas rurales y cabecera del Municipio de Chinchiná

Tabla 1

Listado de Veredas del Municipio de Chinchiná.

COD	VEREDA	COD	VEREDA	COD	VEREDA
1	Bajo el Chuscal	8	Guacamayo	15	El Edén
2	La Esmeralda	9	Bajo español	16	Los Mangos
3	Altamira	10	La Floresta	17	Guayabal
4	Buenavista	11	Alto de la mina	18	Alto Chuscal
5	La Cachucha	12	La Quiebra de Naranjal	19	San Andrés
6	El Trébol	13	La Ínsula	20	La Pradera
7	La Estrella	14	La Paz	21	Partidas

Ahora bien, como se presenta en la tabla anterior, en lo que tiene que ver con las fincas cafeteras que se dedican a la recolección, transformación y comercialización del café en el municipio de Chinchiná Caldas, podemos destacar algunos aspectos con lo que se quiere enfocar esta investigación concerniente a la RSE puesto que en algunas mediciones realizadas por

herramientas como encuestas (*véase el Anexo 1 página 59 de este documento*), se pudo observar lo siguiente:

Del 100% de la población encuestada han tenido inconvenientes para formar su empresa ya que no han tenido estudios que aporten a la conformación de dicho negocio ni el suficiente dinero o recursos económicos para poderlo sostener o llevar a cabo en su totalidad. Esto se traduce entonces en los siguientes datos: *Véase el gráfico 1.*

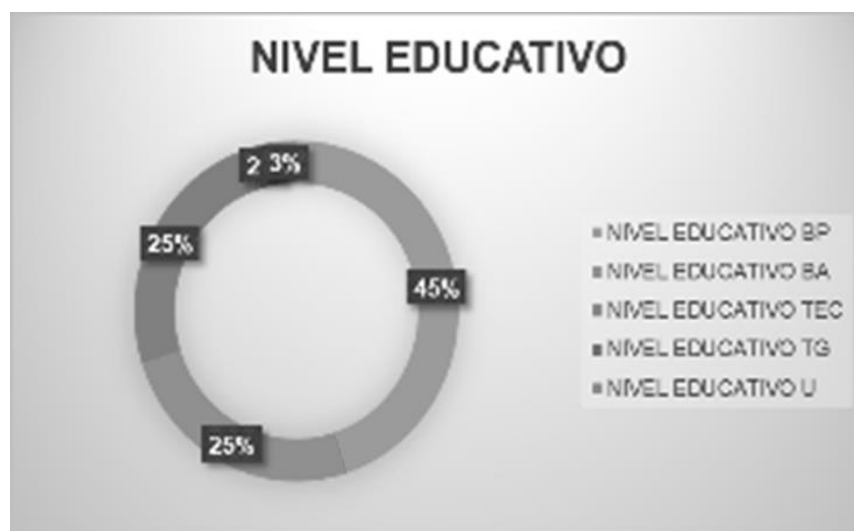


Gráfico 1. Nivel educativo en la zona de influencia.

El 45% sólo tienen educación básica primaria, el 25% tienen Bachiller académico, otro 25% son técnicos en su mayoría agropecuarios, un 2% son Tecnólogos también en áreas agrícolas y sólo un 3% tienen educación universitaria como Ingenieros agrónomos o agroindustriales.

En lo concerniente a la adquisición de los recursos para conformar la empresa se obtuvieron los siguientes datos: *Véase el gráfico 2.*

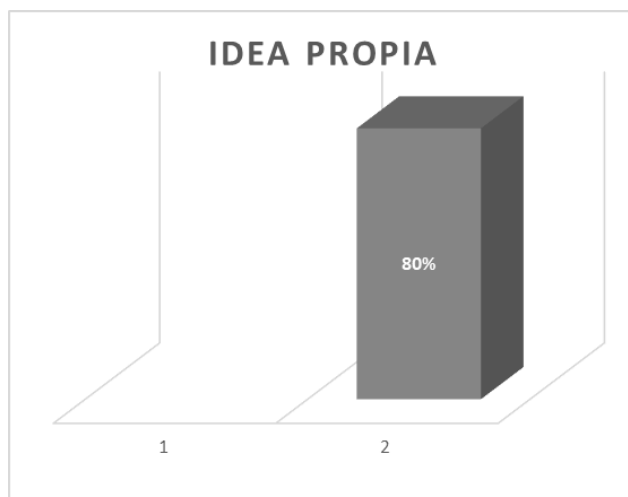


Gráfico 2. Idea de conformación del negocio.

El 80% de los encuestados dijeron que su idea de trabajo era propia, el 20% restante no respondieron a satisfacción, pero en cuanto al financiamiento hubo impacto negativo del 100% puesto que un 95% no han recibido asesorías y no conocen maneras factibles para un desarrollo empresarial. De hecho, se les hizo la pregunta si conocían empresas que apoyen el emprendimiento y el resultado fue que no conocían alguno.

El 5% restante sí han tenido asesorías, pero este corresponde a los que han tenido una educación técnica a superior y saben sobre el tema, pero no todos han logrado los recursos suficientes para la conformación total de la empresa.

Algo que ha sido muy notorio, tiene que ver con el tema de capacitación. La cámara de comercio de Chinchiná se ha esforzado por estar capacitando a estos pequeños empresarios para que puedan mejorar su calidad de vida no sólo en sus ideas de negocio, sino en las ventajas de estar adscritas a la cámara de comercio para su respectiva legalidad. Sin embargo, sólo el 19% de los encuestados han recibido dicha capacitación, haciendo así que la mayoría todavía está en la informalidad, como se pudo apreciar en los siguientes gráficos: *Véase los gráficos 3 al 5.*



Gráfico 3. Asesorías sobre idea de negocio.

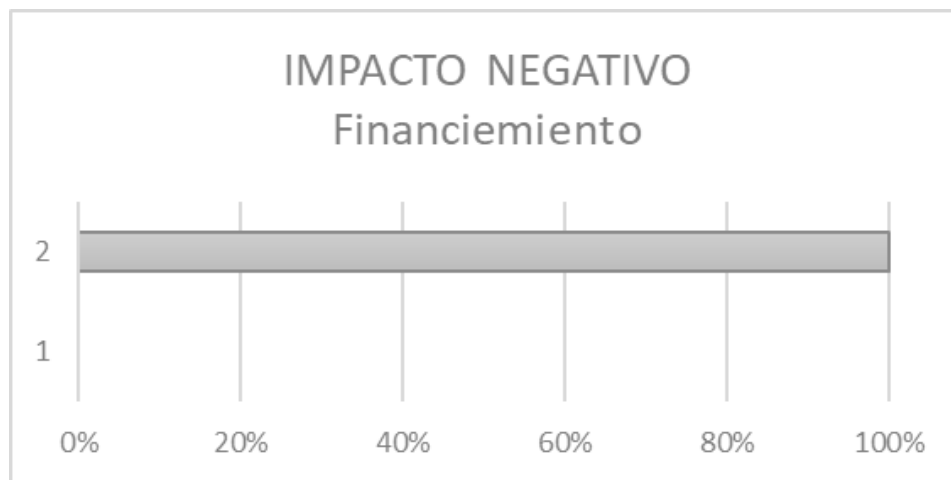


Gráfico 4. Financiamiento del negocio.

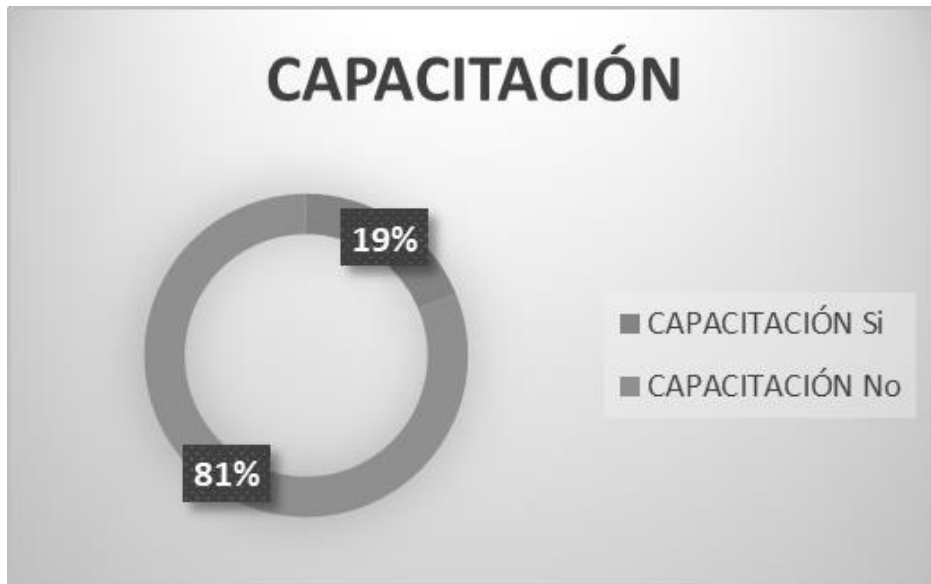


Gráfico 5. Capacitación.

Elementos y Variables para el Modelo

Dentro de los muchos referentes que se encuentran en la literatura sobre investigación, uno que se apropia para lo que Colina del Sol ha incorporado en sus cambios para poder aplicar el modelo de gestión, es el siguiente ejemplo:

Modelo de gestión socialmente responsable para el eslabón de producción de guadua.

Para este caso, basándonos en la información que se tiene, nos da una guía para proponer nuestro modelo concerniente a Colina del Sol que tiene que ver como ya sabemos, con los eslabones de transformación y comercialización de café. Si bien es cierto que este modelo habla del eslabón de producción, las bases son las mismas en lo que tiene que ver con la incorporación de la RSE. Así pues, el modelo que se estableció para la producción de guadua está representado en una herramienta que aporta a la sostenibilidad y competitividad al sector de la guadua. Esta herramienta tiene cuatro componentes que se representan en indicadores ambientales, sociales, comerciales y administrativos. Lo que se busca y que también compete a nuestro modelo, es que garantice prácticas de aprovechamiento de bajo impacto ambiental.

Para el diseño de la herramienta de gestión se aplicó el método inductivo, dada la necesidad de analizar la situación particular de los actores del eslabón de producción de guadua en el departamento del Quindío, y desarrollar una herramienta de gestión, donde se evidencien las prácticas socialmente responsables y aplicables de forma general a las necesidades existentes en el sector, para realizar aprovechamientos de bajo impacto ambiental. La metodología involucra los tipos de investigación exploratoria, descriptiva y correlacional. Exploratoria, ya que el eslabón de producción de guadua no cuenta con instrumentos y herramientas que midan las prácticas socialmente responsables para satisfacer las necesidades de trazabilidad del material al cliente final. A partir del componente descriptivo, se relacionan las características y variables aplicadas en la validación por cada componente. El estudio correlacional permitió relacionar los

resultados de la validación, para conocer las prácticas utilizadas actualmente por cada actor en el eslabón de producción, y, de manera general, correlacionar los resultados generales para obtener porcentajes de aplicación o no de prácticas socialmente responsables.

Buenas prácticas sugeridas para el caso de estudio

Entendiendo lo abordado en otros modelos y rescatando lo que ya había en el predio se pudo dar un aprovechamiento para incluir las sugerencias que el autor les plantea identificando los campos de acción ambientales, sociales, comerciales y administrativos.

Para ello, básicamente lo sugerido para Colina del Sol en cada componente fue lo siguiente:

1. Ambiental: aprovechamiento de los residuos como la borra de café y su cascarilla, el conducto de los lixiviados, los palos secos para aprovecharlos como carbón vegetal, reciclaje eficiente e inteligente para contribuir a los mismos auto recursos y aprovechamiento de yacimientos de agua.
2. Social: El compromiso con la comunidad en fomentar el cuidado al medio ambiente, crear oportunidades laborales con personas locales que normalmente son caficultores y recolectores y la interacción con el turista para promover la cultura cafetera desde la óptica de los eslabones de transformación y comercialización de café.
3. Comercial: Como la idea es crear el valor sobre la sostenibilidad y cuidado del medio ambiente, en vista de que Colina del Sol produce su café y tiene su propia marca, la cadena de valor incluye tener apartados informativos sobre dicha sostenibilidad dentro de la ficha técnica del café que están vendiendo, la utilización de los elementos donde se sirve el café que sean biodegradables, separación de residuos y captación de la borra de café después de ser usado para ser secado y aprovechado bien sea como combustible, abono y para ser usado en la zona de spa del hotel como tratamiento exfoliante.
4. Administrativo: Enfoque en la labor social y ambiental, incluyendo a personas con experiencia que trabajan allí y ser capacitados para implementar metas que contribuyen al cumplimiento de la RSE. Esto incluye la labor desde el talento humano al capacitar al personal en

lo que tiene que ver con las Buenas Prácticas de Manufactura, Servicio al cliente, uso de los desechos orgánicos e inorgánicos, manejo de los recursos hídricos y la manutención de los predios para cumplir con los estándares establecidos para las cadenas hoteleras. Además, de la incorporación de herramienta agrícola que desde la ingeniería industrial el autor ha conocido para mejorar la producción y productividad en cuanto a los eslabones de transformación y comercialización del café se refiere.

Así pues, con estas buenas prácticas sugeridas, el lector podrá conocer su implementación en el siguiente tema que precisamente aborda la aplicación como tal del modelo de gestión.

Aplicación Modelo de Gestión

En vista de lo anterior y de la investigación realizada, pudimos observar los datos que nos arroja que si bien es cierto pasa en la mayoría de las pequeñas empresas; los resultados que se obtuvieron fueron a partir de la idea de negocio en sus diferentes eslabones que ya se ha estado mencionando, a saber; la transformación y la comercialización del café. En vista de esto, se ha logrado un acercamiento con uno de los encuestados que básicamente está adscrito a cámara de comercio, tiene al menos 10 empleados fijos, sus empleados aumentan en la cosecha albergando por lo menos hasta 50 empleados o recolectores. Además, está interesado en el tema de la RSE y desea dar un cambio administrativo en cuanto al manejo que se le da no solo a sus recursos económicos, sino también de su mano de obra al brindar una mejor calidad de vida, aprovechar mejor los recursos hídricos, de desechos y reutilización de estos. Así mismo, Está recibiendo capacitación para crear estrategias de turismo con cadenas hoteleras del caribe colombiano y busca enlaces para adquirir tecnología que le permita mejorar sus procesos del café, no sólo en su transformación, sino también en su comercialización, que de hecho por ahora genera otros recursos con tercerización para que se haga el trillado, tostado y molido del café con su propia marca; a saber: Colina del Sol, TAITAMA, mostrando así su interés en elevar la productividad y fomentar la caficultura colombiana desde el municipio de Chinchiná aportando a la cultura y turismo local.

Datos Técnicos

Es por esto por lo que el autor de la investigación logra un acercamiento para trabajar sobre dichos eslabones de transformación y comercialización y así mostrar resultados de lo planteado al principio.

A continuación, se presentan los siguientes datos característicos:

Finca: Colina del Sol.

Propietario: Carlos Roldán.

Productos: Café TAITAMA, Ecoturismo, Eco hotel, Avistamiento de Aves, Promover

Parapentismo, Cultura Quimbaya, Origen de Chinchiná.

Dentro del proceso productivo correspondiente al eslabón de transformación del café, se tienen los siguientes diagrama y proceso:

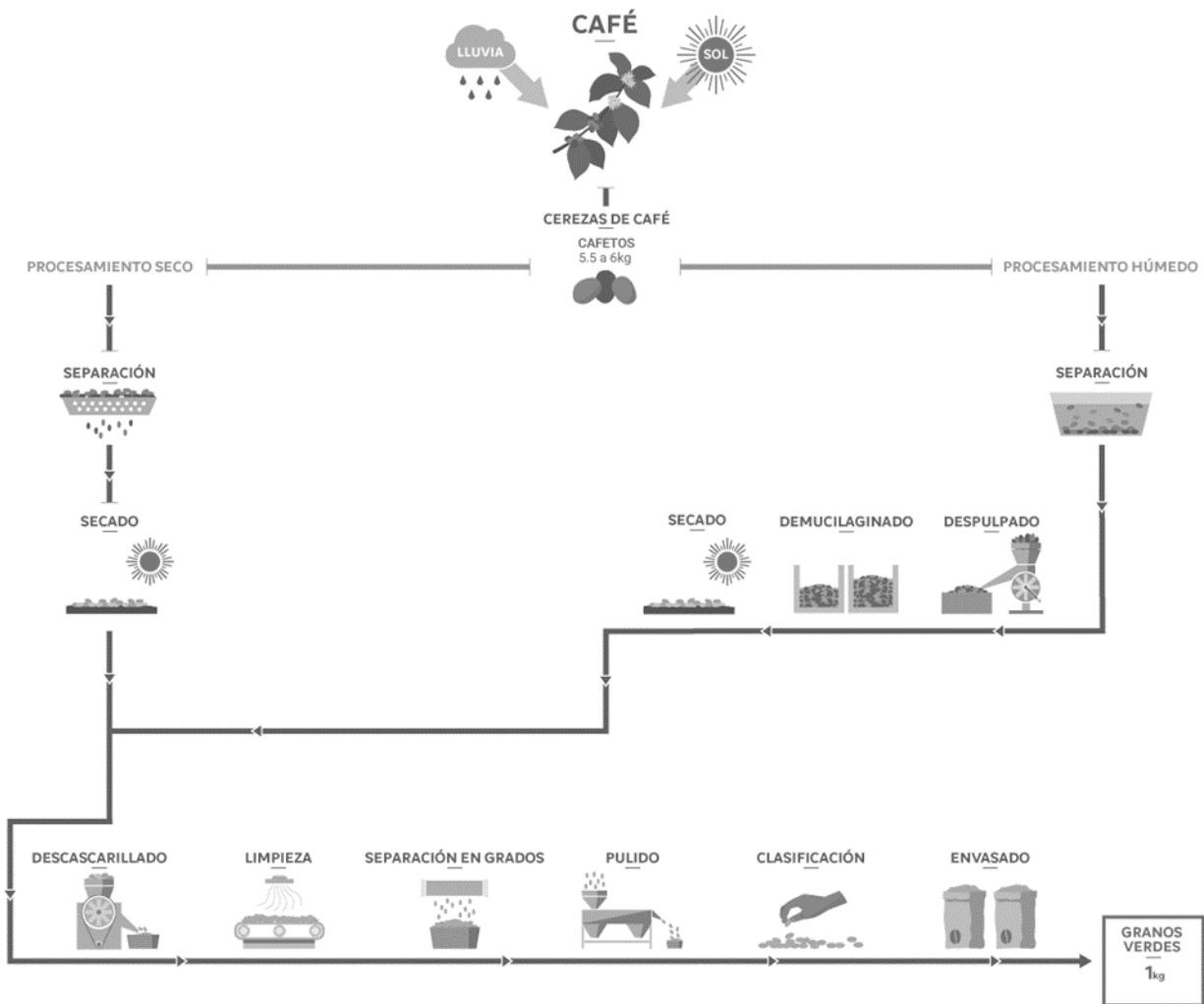


Imagen 1. Procesos del café. (Tomado de: <https://www.sucden.com/es/products-and-services/coffee/process-flowchart/>)

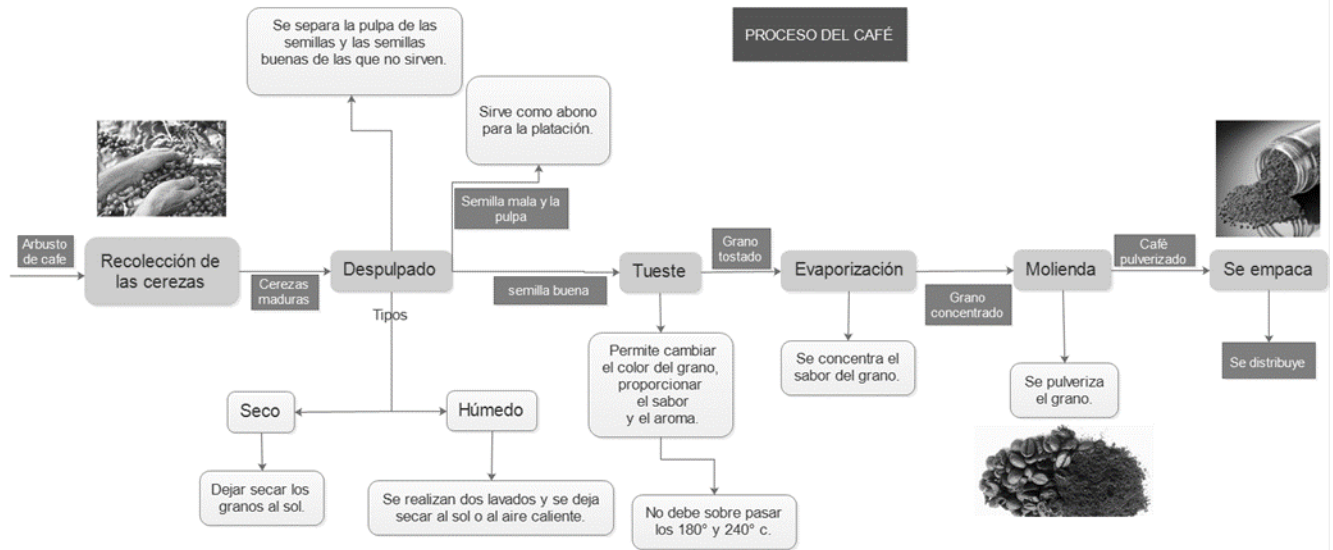


Imagen 2. Diagrama de bloques del proceso productivo del café. (Tomado de: http://elaboraciondeproductosdecafe.blogspot.com/2016/03/blog-post_69.html)

Modelo de gestión para el caso de estudio

Dentro de la investigación con el caso de estudio, Colina del Sol; y de las buenas prácticas sugeridas para el caso de estudio; se empezó por unos cambios administrativos que conlleva a fortalecer la cultura cafetera desde la actividad turística, así como la misma cultura que rodea al municipio en cuanto a los ancestros que existieron de la cultura Quimbaya. Fueron estos los pobladores iniciales y por ello vale la pena resaltar las raíces culturales del que el municipio de Chinchiná está involucrado desde su propio significado de su nombre, para ir comprendiendo poco a poco cómo se ha conservado el cuidado de nuestra naturaleza y sus recursos físicos para el aprovechamiento de estos.

También, estos cambios están enfocados en resaltar el cuidado de las zonas verdes, reforestando y ayudando a la biodiversidad en su conservación, logrando implantar en los turistas la importancia de un mundo amigable con el medio ambiente. Así mismo, desde el área de recursos humanos con la nueva administración, se está trabajando con la mejora en la calidad de vida de los empleados para proyectar desde lo propio del ser, hacia lo que se logra disfrutar como una taza de café luego de su respectiva transformación creando el valor agregado no solo para la administración en sí, sino para los turistas que se llevan una idea de la verdadera cultura cafetera. Uno de los pasos que se ha empezado a dar con respecto al compromiso con la RSE en Colina del Sol, es fomentar en sus empleados el cuidado propio, el del entorno y la educación como el trato entre sí y a sus visitantes. Esa educación va complementada con las capacitaciones en servicio al cliente, el trato formal a los turistas, el cuidado de los entornos como de infraestructura de la locación, la maquinaria y el trabajo seguro, como cumplimiento de normas mínimas de seguridad industrial.

Para la comercialización, se trabaja en la mejora de las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) ya que se debe cumplir con normas estrictas en cuanto a la manipulación de

alimentos, pues se debe dar cumplimiento a comercializar un producto con inocuidad, pues para ello se ha dispuesto una tercerización como contrato para cumplir con dichos requerimientos. Esto ha logrado generar empleo adicional y crear su propia marca como ya se mencionó en los datos característicos para este caso de estudio.

Algo que también se mencionó y llama la atención, es la coalición de estrategia empresarial turística con una cadena hotelera y un empresario que conecta en el caribe colombiano, específicamente en Cartagena, traer a los turistas al interior del país, en este caso a Colina del Sol para que conozcan la cultura cafetera. Colina del Sol se ha empoderado como el mirador turístico por su ubicación geográfica, que hace que se convierta en un atractivo turístico para el paisaje cultural cafetero, involucrando el avistamiento de aves, el eco senderismo la interacción con el ecosistema, y claro está; con el café.

Sin embargo, para poder comprender cómo el municipio se convirtió en ícono importante de la caficultura colombiana, de la cual Colina del Sol está presente y comprender por qué es caso de estudio; tenemos que conocer su historia no solo como punto geográfico del país; sino también dentro del contexto que estamos analizando sobre este particular.

Chinchiná fue fundado el 02 de abril de 1857. Antes de que llegaran los colonos, estaba habitado por los indígenas Quimbaya y el territorio que hoy se conoce con ese nombre de Chinchiná significaba en su lengua “río de oro”. Para el año de 1921 se da inicio al servicio de la primera planta eléctrica llamada “Campoalegre”. Esto es un dato importante ya que en el futuro Chinchiná se convertiría en un eje central de la generación de energía para el departamento de Caldas con lo que sería la empresa Central Hidroeléctrica de Caldas -CHEC- y que por ende se podrían beneficiar del fluido eléctrico nuestros caficultores.

En 1925 aparece la primera estación del ferrocarril, que lamentablemente culminó sus servicios en 1970 y la estación fue abandonada. En el año de 1926 llegó la primera Locomotora. Hoy, esta

estación ha sido restaurada en uno de sus dos bloques, el bloque sur; con el fin de crear la oficina de turismo, punto de información turística y un pequeño museo acerca del municipio. Se pretende restaurar el bloque norte para tal fin en vista del impulso que se le está dando al municipio con el tema turístico además de los Guinness récord que ya sabemos.

En 1938 se funda el Centro Nacional de Investigación de Café – CENICAFE-; centro que sería la cuna en el país para dar apertura al mundo cafetero en cuanto a su aceptación en las tierras de aquellos que se convertirían en caficultores y contribuirían el desarrollo económico del municipio y del país. En vista de esto y del futuro por venir, en el año de 1946 comienzan las operaciones en la CHEC como central hidroeléctrica para la generación de la energía.

En 1973 se crea la empresa Fábrica de Café Liofilizado por la Federación Nacional de Cafeteros, -FNC- y que hoy en día esta empresa, ahora se llama Buencafé Liofilizado de Colombia. Esta empresa, tiene un impacto positivo en las más de 540 mil familias cafeteras generando bienestar.

Dentro de este diagnóstico es importante resaltar que conocer la historia acerca de los eslabones de transformación y recolección del café, primero debemos conocer por qué en Chinchiná se establece este caso de estudio, y para ello es importante conocer su propia historia; claro está, que se conocerá lo que tiene que ver directamente con los eslabones de transformación y comercialización. Así con lo que ya hemos visto, nos podemos dar una idea de la necesidad a que surgieran los cafetales en las tierras de los caficultores, que antes eran dueños de terrenos productivos para plátano, frutas, hortalizas, entre otras, pero que vislumbrando un futuro negocio no solo de rentabilidad, sino de una nueva forma de vivir y crear o generar empleo, antes dichos hacendados y campesinos transformarían su pensamiento y se adaptarían a un comercio muy prometedor con el surgimiento de este nuevo cultivo que convertiría a Colombia en un país catalogado como uno de los que mejor producen café y serían embajadores del café en el mundo.

Debido a su ubicación geográfica, Chinchiná comprende un buen terreno para dicho cultivo, pero este nuevo fruto debía ser estudiado para poder saber cómo sobreviviría a las condiciones climáticas, el terreno, la altura, qué variedad desarrollaría, qué enfermedades tendría, entre muchas otras cuestiones que los nuevos caficultores tendrían. Por eso, CENICAFE era un importante centro para ese entonces como lo sigue siendo hoy día. CENICAFE crea las disciplinas que estudiarían cada elemento que conllevara a una buena manipulación del café con el objeto de estudiar los aspectos relacionados con la producción en las fincas, la cosecha, el beneficio, la calidad del grano, el manejo y la utilización de los subproductos de la explotación cafetera, y la conservación de los recursos naturales de la zona. Estas disciplinas permitirían entender cómo el caficultor lograría producir un buen café siguiendo las recomendaciones que para ello CENICAFE publicaba para dar a conocer sus adelantos en los estudios realizados y capacitar a otras personas como los ingenieros agrónomos para llevar a cada finca y hacienda las nuevas prácticas concernientes a dicho producto. Así pues, estas disciplinas toman renombre y se catalogan dentro del centro como lo que sería una producción limpia del café. Las disciplinas son: Agroclimatología, Biometría, Calidad, Entomología, Fisiología Vegetal, Fitopatología, Fitotecnia, Mejoramiento Genético, y Suelos. Cada una de estas disciplinas cumplen un papel fundamental en los eslabones de recolección y transformación del café. Gracias a estas, desde entonces y hasta la fecha, los caficultores han ido renovando sus estrategias de cosecha Y fue importante que así lo hayan hecho ya que para la década de 1970 en adelante Colombia se enfrentó a una epidemia que impactaría negativamente en el gremio cafetero: La Roya. Esta enfermedad afectó tanto que la economía obviamente se vio truncada, pero CENICAFE ya estaba a la espera de esto ya que en Brasil fue donde empezó esta enfermedad en los palos de café y por tanto se venían preparando para saber cómo ayudar a los caficultores a combatirla. Fue entonces que como se mencionó en su boletín número 36, “aprovechando el recurso genético de la

resistencia presente en el Híbrido de Timor, -una variedad- CENICAFE inició el desarrollo de la variedad Colombia, la cual se entregó a los caficultores en 1982 y se mejoró continuamente hasta el año 2005. A partir de entonces, con la incorporación de nuevos derivados del cruzamiento del Híbrido de Timor, CENICAFE liberó la Variedad Castillo®, en la que se incorporaron atributos genéticos de resistencia a la roya, tamaño de grano, calidad y productividad, en relación con la variedad Caturra”. (CENICAFE, Boletín 36, 2011).

Como vemos, gracias a CENICAFE los caficultores pudieron aprender a combatir la roya en sus cafetales y debido al mejoramiento genético fueron adaptando un cultivo de calidad que para entonces ya la Fábrica de café estaba funcionando y comenzaría a exportar. ¿Pero cómo exportar un café que estaba siendo afectado por la roya? Fue entonces cuando se incorporó por medio de la Federación Nacional de Cafeteros FNC, al llamado grupo de extensionistas; que nació en 1959 con el fin de lograr la adopción del productor de las mejores prácticas de cultivo y postcosecha que le permitan lograr cafetales tecnificados y con altas productividades, con calidad en taza y cuidando el medio ambiente. Desde su creación, este colectivo se ha adaptado a los constantes cambios en materia agronómica y de la industria para seguir sirviendo a las más de 540 mil familias cafeteras que hay actualmente en Colombia y ayudarlas a producir cafés excepcionales de la más alta calidad por los cuales reciban un mejor ingreso. (Prensa FNC 2019).

Debido a esto, fue posible que los caficultores recibieran las capacitaciones necesarias para combatir dicha enfermedad en sus palos de café, reinventarse y continuar con su proceso de recolección y transformación para producir un café, como ya se mencionó, de calidad.

Ahora bien, ya hemos conocido la historia que lograría incorporar a Chinchiná en ese entorno cafetero gracias a la creación de empresas como ya se han mencionado y claro está, a su riqueza geográfica que contribuyó a un buen uso de los recursos hídricos y de terrenos amplios aptos para el cultivo del café. Pero en lo que corresponde a la comercialización, nos resulta fácil

ahora comprender qué impulsa a que el café pueda ser reconocido a nivel mundial como un producto de calidad, ya que como vimos, empresas como CENICAFE, Buencafé Liofilizado y el Servicio de Extensión de la FNC, permiten que los caficultores puedan producir y comercializar su café. En vista de lo anterior, es por eso por lo que el municipio de Chinchiná sea objeto digno de análisis para implementar un modelo de gestión socialmente responsable en los eslabones de transformación y comercialización de café.

Como ya se ha dicho, se quiere crear un modelo de gestión socialmente responsable en un caso de estudio, que para este corresponde a Colina de Sol. Pero ¿Cómo implementar un modelo si no se tienen las bases de conocimiento para lograr el objetivo en este estudio?

Para ello, podemos encontrar modelos implementados que de una u otra manera pueden darnos una idea de cómo incorporar un modelo que cumpla con las características en este estudio. Dadas las circunstancias encontradas en Colina del sol y en lo que hemos estado analizando, debemos ahora pensar en los recursos que podemos aprovechar para la reutilización misma, así como aportar en el cuidado del entorno.

Debemos recordar que la base para la solidificación de la RSE dentro del contexto general que muy bien sabemos aplica para toda actividad que conlleve en el arte de hacer, crear e innovar; logra marcar en cada aspecto no solamente como una ética moral de las personas, sino un compromiso de responsabilidad que hace renombrar al acto mismo como el hecho de no desperdiciar materiales, aprovechar los recursos, pensar en los demás y en el entorno y vemos cómo se va haciendo una cadena de compromisos que involucra a toda una comunidad que se beneficia mutuamente, como cadena de favores donde si bien quien ofrece un servicio lo da con calidad, y recibe no solo un incentivo monetario, sino la satisfacción de saber que lo que ha entregado como un producto terminado, cumplió desde el punto de vista de esa responsabilidad que adquirió como compromiso para cuidar del entorno que lo rodea. Y es que se menciona esto

en vista de la importancia que ha cobrado cada vez más durante los últimos años sobre la RSE pero con más auge desde el año 2000, precisamente por los cambios que las grandes industrias han hecho en contra del medio ambiente y que para “soliviar” los daños causados por su manufactura, se comprometen a la reforestación, convenio con comunidades y otras muestras de participación para compensar el daño, que si bien es cierto no está mal que lo hagan, de hecho lo hacen bien, pero ha sido tarde en vista del calentamiento global, pero no hay duda que han adquirido ese compromiso no solamente ambiental, sino con la comunidad que se beneficia de sus factorías; que ha llegado la concienciación de que el planeta debe sanar y que es claro que si omiten los llamados, se reflejaría como pérdida de dinero pagando las multas por la contaminación ambiental. En vista de esto la RSE cobra sentido y se empieza a diversificar por decirlo de alguna manera, porque esto tiene impacto en varias ramas para que pueda funcionar. A esto se refiere el conocido modelo de Windsor, que básicamente habla de tres enfoques que contribuyen a un buen manejo de la RSE.

El primero habla sobre la responsabilidad ética, la cual establece límites a la empresa a la par de darles tareas altruistas y relaciones públicas que fortalecen los derechos de los entes interesados. El segundo tiene que ver con la teoría de la responsabilidad económica que se avoca a la creación del bienestar del mercado y solo está sujeta a políticas públicas y a la ética de negocio común. El tercero tiene que ver con la ciudadanía corporativa, que ahonda en la imagen de la empresa y su compromiso con la comunidad (Wood 1991). En otras palabras, estos enfoques quieren decir que las empresas han modificado el comportamiento a fin de producir menos daño y más beneficios a la sociedad. Es por ello por lo que hoy en día haya más lineamientos en cuanto a la aprobación de licencias ambientales para que una empresa pueda operar en un área determinada dependiendo del impacto socioambiental que tendrá.

Por lo anterior, para el caso de Colina del Sol hemos encontrado un particular sobre el funcionamiento de la misma como una productora de café, y que viendo las necesidades de emprender en el campo turístico dada su ubicación geográfica, se pudo dar apertura a la implementación del modelo basado en la RSE guiándonos de otros modelos que han surtido efecto en sus producciones y que para nuestro caso en particular comprenderemos los cuatro aspectos importantes aplicables a las áreas administrativa, social, ambiental y comercial.

Partiendo de las fuentes de información disponibles para este tema tan importante, y en lo que ya hemos navegado un poco a través de este documento, podemos centrarnos en la propuesta del modelo con responsabilidad social en Microempresas Productoras de Café en sus Eslabones de Transformación y Comercialización. Caso de Estudio: Colina del Sol.

Como ya conocemos el contexto sobre este respecto, dentro de los cambios administrativos que ya se mencionaron en el planteamiento del problema, Colina del Sol ha empezado un trabajo de transformación y adaptación en lo que concierne a la RSE. Conservando un poco sobre su cultura, su crianza, su ética y sus valores, el Señor Carlos y su familia son conscientes de que hay que respetar al medio ambiente y se debe contribuir en buena manera cuidando del mismo entorno. Ahora bien, haciendo su transición de caficultores a generar empleo no solo de su café sino también del servicio que ofrecen para motivar la cultura cafetera, adquieren el entrenamiento requerido para ser aceptados en el mundo de la hotelería y el turismo. ¿Cómo generar un buen impacto a la comunidad y al cliente basados en la RSE?

Comprendiendo los estudios hechos anteriormente en cuanto a la forma de obtención para crear la empresa, los recursos económicos y hasta su grado de escolaridad, ha sido notable el interés y esmero con el que se ha pensado crear esta Pymes. Así que para pensar en este modelo se tuvo en cuenta lo que hemos estudiado de forma básica de otros referentes.

Con respecto al área administrativa, como se ha mencionado en la identificación del problema, en sus cambios realizados entra en acción la gestión humana dando un giro en cuanto a la creación de valor donde los principios y valores corporativos hacen mella en cada empleado con la nueva adaptación en ser integrales con el servicio al cliente. Se hace un entrenamiento por entidades educativas del sector capacitando al personal en ese mismo servicio al cliente, las BPM que son las Buenas Prácticas de Manufactura, el tecnicismo con relación a las variedades de café, su proceso desde la siembra hasta llegar a la taza, catación, entre otras. Pero ¿cómo entra aquí la RSE en este proceso? El simple hecho de crear valor por las cosas que se hacen, en crear en la mente de los empleados que el lugar de trabajo es su segundo hogar, genera un patrón de comportamiento recíproco donde en última instancia es que “así como debe ser en mi casa, lo es mi trabajo”. Además, dentro de esos cambios administrativos se vio la necesidad de crear un entorno amigable con el medio ambiente, disponiendo entonces de puntos ecológicos, separación de basuras, higienización en senderos, y estaciones de trabajo, aplicación del comúnmente llamado *visual management*, para comunicar visualmente las expectativas y el rendimiento, estándares o advertencias de una manera que requiere poca o ninguna capacitación previa para ser interpretado. Así mismo están las identificaciones de áreas, puntos de encuentro en casos de emergencia, identificación de elementos contra incendios y los protocolos de acción inmediata en caso de desastres. Esta formación hace hincapié en dicha estructuración con el fin de avanzar al segundo aspecto que tiene que ver con el social.

Como ya sabemos, el componente social es muy importante para que una empresa que está comprometida socialmente con la comunidad y su entorno ecológico genera confiabilidad a sus clientes y llama la atención por estar envuelta en una cultura con responsabilidad social. En este caso, Colina del Sol cumple con nuevos lineamientos como un tejido social con sus propios empleados concerniente a la recolección del café. Como se ha dicho antes, el aumento de estos

empleados se da cuando es la temporada de la cosecha. En vista del panorama que encontramos de manera general, muchos de estos empleados que se conocen como recolectores, son andariegos y por tanto no se les administra un régimen social para cubrir su salud o pensión. Pero para dar esa buena cara que se quiere mostrar al mundo, desde lo que se cataloga como un arte de recolectar café, el tejido humano y social con el que se cuenta es precisamente proveer de fondos pequeños durante la cosecha para administrarlos en casos de emergencia por salud u otros que se generen por estos recolectores. Además, antes de su contratación formal se hizo una base de datos de las personas que son más frecuentes en cada cosecha y así poder identificar a cada uno según su perfil, y no se trata de algo profesional en lo académico, pero sí de ser profesionales en el arte de recolectar, pues hay recolectores con mucha habilidad, que seleccionan bien, no dañan los frutos verdes, son honestos y cuidan del entorno. Recolectores como estos son los que se tienen en dicha base de datos para así lograr una nómina que contribuye a los estándares establecidos por Colina del Sol. Sin duda, esto está correlacionado directamente con la RSE puesto que contribuye al desarrollo económico de la localidad y fomenta la cultura de responsabilidad social.

El modelo ahora pasa al entorno ambiental, y es que es aquí donde se mira con lupa, por decirlo de alguna manera, puesto que como ya se sabe; no se quiere incurrir en demandas por incumplimientos relacionados a la ley en cuanto al cuidado del medio ambiente. Así que se hace un cambio grande en las instalaciones, pues recordemos que Colina del Sol no solo es una finca productora de café, sino que además está adscrita a los entes turísticos y hoteleros en donde entra a prestar un servicio que conlleva a más que vender, mostrar la cultura cafetera como las raíces del municipio y su procedencia que lo destaca como embajadores del café en el mundo. Uno de los cambios fue reorganizar y adaptar la casa como lugar hotelero. Eso hizo que cumpliera estándares de calidad promedios ya que lo que se trata es mantener la esencia de lo que es una casa cafetera. Luego la disposición de las fuentes hídricas y energéticas para el

aprovisionamiento de la misma locación y la conservación del entorno. Para ello se hizo un rediseño en los tanques de almacenamiento y por su ubicación privilegiada en la montaña, cuenta con yacimientos de agua que le provee un fluido constante para las necesidades más importantes. Como la idea es promover el avistamiento de aves, el senderismo y practicar el Parapentismo, se propone la idea de que a cada visitante se le haga una charla para recalcar el valor de cuidar del medio ambiente y la originalidad del lugar por promover la cultura cafetera. Eso incluye hacer demostraciones in situ de recolección de café, su proceso y transformación y finalmente la comercialización. Ahora bien, referente al café, Colina del Sol se ha apropiado de inversiones que han permitido la productividad en este asunto, pues ahora dispone de herramientas tecnológicas como la ECO mil diseñada por CENICAFE para el lavado del café con una eficiencia en ahorro de agua, y removiendo hasta el 98% del mucílago de café. Como el despulpado es sin agua para ser llevado al tanque para producir su fermentación natural sin adicionar agua, se ve reflejado el ahorro de dicha fuente. También se ha adoptado la venta y consumo de la misma cascarilla de café como fuente combustible en calderines pequeños para el calentamiento del agua para los huéspedes que deseen bañarse con agua caliente, estos calderines se calientan a base de carbón vegetal que se obtiene a partir de palos secos que se retiran de los árboles que los genera en su proceso regenerativo soltando ramas y palos secos. Esto se hace en un área aislada para que el humo no moleste y no se genere un incendio forestal. En cuanto a las basuras, como ya se mencionó en el área administrativa hubo una reorganización que tuvo en cuenta estos manejos, pero para el área ambiental se explica en detalle el uso final de estos. Debido al acceso en la montaña donde está ubicada Colina del Sol, fácil para los vehículos y busetas pequeños, no lo es para camiones como el de la basura. Por ello se implementó unos contenedores que pudieran ser de fácil remolque en moto cargueros para ser llevados al lugar donde sí llega el camión, con esto se le da control a las plagas y mosquitos, a parte de los olores que pudieran ocasionar. Con

respecto a las basuras orgánicas como las provocadas por las frutas, árboles y animales, se depositan en contenedores para ser tratados con otros aditamentos fertilizantes y usados para el abono de los mismos árboles no solo de café, sino de la variedad de plantas con las que se cuenta. Esto ha sido unas recomendaciones hechas por el autor de este trabajo, como la inclusión de la ingeniería industrial sobre el conocimiento de maquinaria y oportunidades de ideas para la misma productividad de la finca que se adaptaron para su funcionamiento.

Finalmente, para el eslabón de comercialización se aplica el modelo de RSE de tal manera que contribuya al manejo eficiente de los residuos que se derivan a causa de la producción y transformación del café. Como bien sabemos, la oferta y demandan son dos aliados que no se separan en una cadena productiva; y es en este caso que la demanda que el café tiene a nivel local, regional y mundial, nos hace preguntar ¿cómo contribuye la RSE con la venta de café? El caso no es que aquí se promueva la venta como tal, ya que no se está haciendo propaganda como una cuña publicitaria, pero si se debe revisar por qué es tan importante que Colina del Sol cumpla con estándares que conlleven a un buen manejo de los residuos y demás en la producción de su café. Como ya se mencionó en la fase ambiental, desde esa óptica se ha trabajado bien y se continúa mejorando para ser ejemplo con respecto a otros empresarios. Pero la comercialización va más allá en vista de que hay terceros que deben mantener ese hilo conductor de lo que se espera bajo la RSE. ¿Por qué decimos esto? Porque finalmente la procedencia de un artículo en el consumidor final dirá mucho lo que se sepa de dónde proviene su producto. Así que lo que se ha hecho en este aspecto es conservar con los comerciantes la idea o el concepto de lo que hace Colina del Sol como empresa socialmente responsable. En la venta se hace una reseña de la procedencia y origen del café en sus empaques, se da a conocer una ficha técnica del café y se fomenta por medios de comunicación como folletos que hablan precisamente de la conservación del medio ambiente. A su vez, los comercializadores siguen el estilo sobre fomentar las buenas

prácticas ambientales con sus puntos de reciclaje, invierten en vasos y revolvedores biodegradables, azúcar orgánica y la borra que es el resto que queda del café usado, se almacena para ser devuelto a Colina del Sol para ser tratado en el abono de plantas en los humus de lombrices, y en el servicio de spa que cuenta el hotel para usarse como exfoliante, además de otros usos importantes. Finalmente, como la idea es siempre promover la caficultura colombiana desde el municipio de Chinchiná Caldas, este eslabón de la comercialización es el puente para promover dicha cultura cafetera desde la RSE, y como también se mencionó en el diagnóstico, el municipio cuenta con los dichos Guinness Récord de la taza de café más grande del mundo y la que más cantidad de café distribuyó el día de su inauguración. Por tanto, Colina del Sol adoptó el modelo de gestión con el compromiso administrativo, social, ambiental y comercial en pro de la RSE como un pilar de valor para toda la sociedad sin desvirtuar el concepto de la caficultura colombiana en sus eslabones de transformación y comercialización de café.

Para poder dar a conocer este modelo y obtener resultados previos, se ha podido difundir dicho modelo en el transcurso del tiempo comprendido entre 2019 y 2021 y se pretende incluir este documento en las memorias de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, como aporte a la publicación de un artículo para revista. Así mismo se ha socializado con la comunidad estudiantil y con los interesados del gremio cafetero y ciudadanía de Chinchiná en si como estudio y propuesta del proyecto para implementación del modelo de gestión. A estas instancias ya se han logrado en encuentros en Bogotá Colombia en la sede principal de la universidad, así como también en una charla con el personal del Sistema de Servicio Social Unadista -SISSU-, y en el curso de práctica profesional en donde permitió al autor desde el semillero de investigación trabajar este proyecto. Esto con el fin de cumplir con uno de los objetivos planteados para abordar el tema en cuestión sobre la RSE contemplado en este modelo de gestión para Colina del Sol.

Imágenes de apoyo como divulgación del proyecto



Fotografía 1 Casa Colina del Sol



Fotografía 2 Palos de café



Fotografía 3 Predios de Colina del Sol



Fotografía 4 Socialización del proyecto

RREDSI
Red Regional de Semilleros de Investigación

UNAD
Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Modelo de Gestión con Responsabilidad Social en Microempresas Productoras de Café en sus Eslabones de Transformación y Comercialización. Caso de Estudio: Colina del Sol Chinchiná Caldas

LogIN

Victor Alonso Moncada
Dosquebradas, 02 de septiembre 2020

Fotografía 5 Participación en ponencias para semilleros de investigación

Conclusiones

En vista de la necesidad por cubrir una demanda de consumo, muchas pequeñas, medianas y grandes empresas se centran en satisfacer no solo sus propios intereses, sino también los de sus clientes. Es obvio que así sea, pero la cuestión es ¿cómo cubrir dicha demanda de tal manera que impacte positivamente en ambas partes desde el punto de vista de la RSE? Pues bien, como pudimos leer en este documento para la creación e implementación del modelo de gestión expuesto, se pudo incursionar en cómo es la realidad que se afronta en este tema que a muchos no les gusta por los protocolos que conlleva implementar un sistema que se comprometa en cuidar del medio ambiente y la responsabilidad social como tal, o incluso por desconocimiento mismo sobre el tema. Sin embargo, desde la perspectiva de la ética profesional y el respeto por la biodiversidad; el no cumplimiento de estas nuevas leyes conllevaría a demandas millonarias, cosa que a ningún empresario le caería bien. Por eso, desde la perspectiva incluida en este proyecto y el trabajo que se ha podido llevar a cabo hasta ahora, ha contribuido en gran manera a que los pequeños empresarios se estén concienciando de que más que un compromiso pagado por evitar líos legales es un compromiso consigo mismo, con su entorno, con su comunidad y con su propia empresa. La RSE aparte de ser un acto responsable, es también un código de valor, de ética que contribuye al bienestar en general desde el punto de vista socioeconómico. Hay grandes empresas que están muy comprometidas con la RSE y de seguro podemos aprender de su modelo y en cómo lo están trabajando, sin duda este es un tema muy amplio y faltarían muchas páginas para abordarlo como tal. Por eso no se puede generalizar de manera negativa sobre empresarios que no trabajan con la RSE, pues como se mencionó en este documento, desde el año 2000 ya se viene fortaleciendo más este tema y hoy es tan importante que esté incluido en la misión y visión de las empresas como un aspecto que realza la política y el Sistema Integrado de Gestión -SGI- para que así pueda ser catalogada como empresa socialmente responsable.

Comentarios

En la realización de este trabajo e implementación del modelo, no se alcanza a abarcar el 100% de la fase final descrita en este documento a saber, el ecoturismo y el fomento o comunicación del compromiso ambiental con los clientes en el hotel a raíz de la pandemia actual; el COVID-19, y lo mismo para la comercialización del café. Para esta fase que estaba comprendida para ejecutarse entre los meses de mayo a julio de 2020 debió ser suspendida haciendo caso a las disposiciones dadas por el gobierno nacional, el distanciamiento social, el cierre de lugares que agruparan personas, etc. En vista de esto, se pensó en dar asesoría vía internet como la plataforma *zoom* para lograr algún progreso aún en esta pandemia. Aunque el modelo continúa y se ha dado el visto bueno por Colina del Sol; no se podrá abarcar todo dado que el gobierno no ha permitido el funcionamiento oficial del turismo y el trabajo para ciertos sectores.

Dado esto, surgió la idea de cómo reinventarse algo para la supervivencia y mantener el entusiasmo frente a las adversidades. Claro está, no se puede violar las reglamentaciones del gobierno frente a la situación sanitaria, el autor de este proyecto expone un acróstico bajo la palabra COVID para encontrar el horizonte que conlleve al éxito de este modelo de gestión hasta que se reactive de nuevo dicha economía. Así pues, se presenta lo siguiente.

C-Cuidar: nuestra vida, nuestra salud, nuestro entorno, el de los demás y los recursos.

O-Organizar: las ideas, los problemas, lo que estaba mal y replantear para continuar.

V-Ver: más allá de las dificultades, las oportunidades, lo bueno de las malas circunstancias.

I-Implementar: nuevas medidas, bienestar común, nuevas ideas, nuevas tecnologías.

D-Desafiar: un nuevo estilo de vida, una situación difícil, a uno mismo para lograr las metas.

Así pues, se deja este documento como resultado del trabajo hecho en campo y como modelo incluida en la bibliografía para consulta sobre algún modelo de gestión con responsabilidad social.

Referencias bibliográficas

Aldeanueva, I. (2012). “La responsabilidad social como elemento de cohesión en la integración de los sistemas de gestión”, en Revista de dirección y Administración de Empresas, (19), 9-28.

Alcaldía de Chinchiná, historia (2020). Recuperado de: <http://www.chinchina-caldas.gov.co/municipio/historia>

Café colombiano, el proceso del café. Buencafé Liofilizado de Colombia. Recuperado de: <https://youtu.be/g9x9dhkFq6M>

El Espectador (2019, octubre) ¿Está en riesgo el café de Colombia? Elespectador.com. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/economia/esta-en-riesgo-el-cafe-de-colombia-articulo-885245>

FNC en cifras (2019). Federación de Cafeteros. federaciondecafeteros.org. Recuperado de: https://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/quienes_somos/fnc_en_cifras/

Generación de energía a partir de pulpa de café. Corantioquia (2013). Recuperado de: <https://youtu.be/1citHSPq6vw>

Hernández Sampieri (2001). Metodología de la investigación. Capítulo 5 Sampieri. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>

La Patria (2018, octubre). El Café de Origen se saborea en Chinchiná. Recuperado de:

<https://www.lapatria.com/caldas/el-cafe-de-origen-se-saborea-en-chinchina-425762>

Modelos de responsabilidad social. Conexión esan (2016). Recuperado de:

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/modelos-de-responsabilidad-social/>

Perspectiva del desarrollo de la técnica de reutilización del mucilago en el proceso de beneficio húmedo del café de alta calidad (2019). Recuperado de: https://fup.edu.co/wp-content/uploads/2019/06/conciencia_6_articulo_5.pdf

Soluciones para la Gestión de la Excelencia y Conformidad Empresarial (2019).

ISOTools.org. Recuperado de: <https://www.isotools.org/software/medio-ambiente/iso-14001>

Soluciones para la Gestión de la Excelencia y Conformidad Empresarial (2019).

ISOTools.org. Recuperado de: <https://www.isotools.org/normas/responsabilidad-social/iso-26000>

Tecnología ECOMIL para pequeños productores. Juan Rodrigo Sanz (2018). Recuperado de: <https://youtu.be/UnmoEPuuz8M>

Anexos

Anexo 1

Caracterización de Emprendimientos en diferentes regiones de Colombia

CARACTERIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS EN DIFERENTES REGIONES DE COLOMBIA	
<p>El siguiente cuestionario tiene como objetivo recolectar información para establecer una caracterización de emprendimientos en diferentes regiones de Colombia. La información recolectada será utilizada con fines académicos y de investigación. Si está de acuerdo con la misma y considera que no se vulnera la Ley 1581 de 2012 (Ley de Protección de Datos personales) por favor prosiga con el desarrollo del cuestionario.</p>	
<p>UNAD Universidad Nacional Abierta y a Distancia</p>	
<p>1- NOMBRE DE LA EMPRESA:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>2- CIUDAD DONDE SE ENCUENTRA LA EMPRESA:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>3- DIRECCIÓN:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>4- TELÉFONO DE CONTACTO:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>5- EMAIL:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>6- REPRESENTANTE LEGAL:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>7- TIPO DE SOCIEDAD:</p> <p><i>Sociedad por Acciones Simplificada:</i> _____</p> <p><i>Sociedad Limitada:</i> _____</p> <p><i>Sociedad Anónima:</i> _____</p> <p><i>Sociedad Colectiva:</i> _____</p> <p><i>Sociedad Comandite Simple:</i> _____</p> <p><i>Sociedad Comandite por Acciones:</i> _____</p> <p><i>Empresa Asociativa de Trabajo:</i> _____</p> <p><i>Otro:</i> _____</p>	<p>13- SECTORAL QUE PERTENECE LA EMPRESA:</p> <p>Agricultura: _____</p> <p>Servicios: _____</p> <p>Industrial: _____</p> <p>Transporte: _____</p> <p>Comercio: _____</p> <p>Financiero: _____</p> <p>Construcción: _____</p> <p>Mina / Energética: _____</p> <p>Saldado: _____</p> <p>Comunicaciones: _____</p> <p>14- NÚMERO DE EMPLEADOS:</p> <p>Entre 1 y 10: _____</p> <p>Entre 11 y 50: _____</p> <p>Entre 51 y 200: _____</p> <p>15- NATURALEZA JURÍDICA:</p> <p>Persona Natural: _____</p> <p>Persona Jurídica: _____</p> <p>16- ¿CUÁL FUE LA MAYOR DIFICULTAD QUE TUVO AL MOMENTO DE INICIAR SU NEGOCIO O EMPRESA?:</p> <p>Falta de Conocimiento: _____</p> <p>Falta de Recursos Económicos: _____</p> <p>Competencia: _____</p> <p>Tiempo: _____</p> <p>17- SEGÚN EL ÁMBITO DE ACTUACIÓN, ¿QUÉ TIPO DE EMPRESA TIENE USTED?:</p> <p>Local: _____</p> <p>Regional: _____</p>

<p>8- AL MOMENTO DE CREAR SU EMPRESA O NEGOCIO, ¿RECIBIÓ ALGUNA CAPACITACIÓN EN EMPRENDIMIENTO?:</p>	<p>Nacional: _____ Multinacional: _____</p>
<p>De 1 a 5 Capacitaciones: _____ De 6 a 10 Capacitaciones: _____ Ninguna Capacitación: _____</p>	<p>18- ¿CUÁNTOS EMPLEOS GENERÓ AL CREAR SU NEGOCIO O EMPRESA?:</p> <p>0 Empleos: _____ De 1 a 5 Empleos: _____ De 5 a 10 Empleos: _____ 10 o más Empleos: _____</p>
<p>9- ¿DE DÓNDE SURTIÓ LA IDEA A LA HORA DE CREAR SU NEGOCIO O EMPRESA?:</p> <p>Idea Propia: _____ Idea Propia y de Otras Personas: _____ Idea de Otras Personas: _____ Tradición familiar: _____</p>	<p>19- ¿CUÁLES FUERON SUS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LA PUESTA EN MARCHA DE SU NEGOCIO O EMPRESA?:</p> <p>Ahorros Personales: _____ Préstamo de amigos o Parientes: _____ Préstamos Particulares: _____ Crédito Bancario: _____ Programas de Gobierno: _____ Otro: _____</p>
<p>10- ¿QUÉ TIPO DE ESTUDIOS TENÍA CURSADOS AL MOMENTO DE INICIAR SU NEGOCIO O EMPRESA?:</p> <p>Básica Primaria: _____ Básica Secundaria: _____ Educación Media: _____ Técnica o Tecnológica: _____ Profesional Universitario: _____ Especialista: _____</p>	<p>20- ¿CUÁL FUE LA RAZÓN QUE LO IMPULSÓ A TRABAJAR COMO INDEPENDIENTE Y CREAR SU PROPIO NEGOCIO O EMPRESA?:</p> <p>Mejor Estabilidad Económica: _____ Aprovechar mejor sus Habilidades: _____ Dificultad para encontrar Trabajo Asalariado: _____ Ajustar las horas y Tiempo de Trabajo: _____ Realizar otras Tareas Independientes: _____ Generar Empleo: _____</p>
<p>11- ¿CUÁL CONSIDERA QUE SERÍA UN ASPECTO PRINCIPAL QUE PUEDE AFECTAR EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO O EMPRESA?:</p> <p>Falta de Demanda: _____ Falta de Financiamiento: _____ Falta de Insumos: _____ Falta de Personal capacitado: _____ Altas Tasas de Impuestos: _____</p>	<p>21- ¿DE CUÁLES PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO DEL GOBIERNO HA ESCUCHADO HABLAR ALGUNA VEZ?:</p> <p>Fondo Emprender: _____ INPulse: _____ Apps.co: _____ Ninguno: _____</p>
<p>12- ¿HA UTILIZADO SERVICIO DE APOYO A EMPRENDEDORES (Prestados por aceleradoras u organizaciones gubernamentales) PARA EL DESARROLLO DE SU NEGOCIO O EMPRESA?:</p> <p>Sí: _____ No: _____</p>	<p>Apreciamos mucho su contribución para este material investigativo. Muchas Gracias.</p>