

Proyecto de Observación Trabajo de Campo, Componente Social en la Sublinea de Responsabilidad Empresarial Social en el Éxito de Niquia¹

Observation Project Field Work, Social Component in Corporate Social Responsibility Subline the T-shirt Success

BLANCA SANCHEZ VARGAS²
JAIRO ALBERTO ARIAS³
JUAN DAVID SANCHEZ OSSA⁴

RESUMEN

En el presente proyecto de investigación científica que se realizará a almacenes éxito sucursal Bello, se desarrollará un análisis exhaustivo de la Responsabilidad Empresarial Social, haciendo énfasis en la Variable Social.

Se efectúa un planteamiento de la problemática social que se vive en Colombia y de qué forma las empresas están involucradas directa e indirectamente en este fenómeno, mediante programas de desarrollo comunitario y crecimiento económico.

Se analizan, utilizando el método histórico termenéutico algunos autores especialistas en el tema, una serie de definiciones sobre Responsabilidad Empresarial Social, Variable Social e indicadores, basados en este análisis se listan veinticinco interrogantes que contribuyen a concluir si almacenes éxito sucursal Bello, tiene incluidos en su filosofía programas y actividades sociales que apunten hacia la Responsabilidad Social, y si las aplica adecuadamente generando bienestar y desarrollo social en las comunidades de su entorno.

Palabras Clave. Responsabilidad Social Empresarial, Variable Social, Indicadores, Fundación Éxito, Almacén Éxito, Hogar Infantil, Ética Empresarial, Competitividad, Filosofía de la organización, Calidad de Vida, Necesidades Sociales, Satisfacción Social, Grupos de Interés, Acción Social.

¹Avance conceptual Investigación para El Observatorio Universitario Para el Desarrollo Económico y Social para la Zona Norte del Valle de Aburrá, Corporación Universitaria UNIMINUTO Bello – Antioquia – Colombia.

² Candidato a título Administrador de Empresas, Unidad Académica de Ciencias Económicas y Administrativas, Corporación Universitaria UNIMINUTO Bello – Antioquia Colombia.

³ Candidato a título Administrador de Empresas, Unidad Académica de Ciencias Económicas y Administrativas, Corporación Universitaria UNIMINUTO Bello – Antioquia Colombia.

⁴ Candidato a título Administrador de Empresas, Unidad Académica de Ciencias Económicas y Administrativas, Corporación Universitaria UNIMINUTO Bello – Antioquia Colombia.

ABSTRACT

In this research project to be held in Almacenes Èxito, Bello branch, will develop a comprehensive analysis of corporate Social Responsibility, emphasizing on Social Variable.

It made an approach to social problem that exists in Colombia and how the companies are involved directly or indirectly, in this phenomenon through community development programs and economic growth.

Are analyzed, based on historical hermeneutic approaches of some authors in the topic, a series of definitions of corporate Social Responsibility, Social Variable and indicators, based on this analysis are listed twenty-five questions that help to conclude if Bello branch, has included in its philosophy, programs and social activities that aim to Social Responsibility and if properly implemented and generating welfare and social development in the surrounding communities.

Key word – corporate Social Responsibility, Social Variable, indicators, Fundacion Èxito, Almacen Èxito, children’s home, business ethics, competitiveness, philosophy of the organization, quaity of life, social needs, social satisfaction, interest groups and social action.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Almacenes èxito sucursal Bello es un proyecto que se construyo en una àrea deshabitada, dedicada a recreaci3n de la comunidad aledaãa. Junto a esta construcci3n tambi3n se establecieron otros proyectos urbanísticos y comerciales que transformaron notablemente la cultura y los hãbitos de vida de la poblaci3n.

Teniendo en cuenta que todas las empresas tienen una responsabilidad social con las comunidades de su entrono cercano, la cual no ha sido ajena a Almacenes Èxito sucursal Bello, quienes vienen desde el aão 2001 realizando programas de responsabilidad social empresarial, por ello, se hace necesario, realizar una investigaci3n científrica para establecer el desempeão que tiene almacenes èxito sucursal Bello con el resarcimiento de los efectos causados a la comunidad, ademãs de su responsabilidad en la contribuci3n al desarrollo econ3mico y social del sector.

1. OBJETIVO

Al elaborar el presente trabajo se pretende como objetivo principal establecer de qu3 forma almacenes Èxito sucursal Bello, utiliza sus políticás de Responsabilidad Empresarial Social con respecto a la variable social, a trav3s de la aplicaci3n de indicadores tanto cualitativos como cuantitativos que arrojen datos precisos sobre su aporte social e inversi3n realizada.

Otros objetivos que se persiguen son:

- Identificar los indicadores con los cuales se puede evaluar la RES en la variable social en almacenes ÈXITO sucursal Bello.
- Determinar de qu3 forma almac3n èxito sucursal Bello apoya socialmente a los miembros de la comunidad socia directa e indirectamente relacionadas con su actividad comercial.
- Analizar mediante encuestas a los beneficiarios directos si la contribuci3n realizada por almacenes èxito sucursal Bello a la poblaci3n en su primera infancia es la adecuada para su desarrollo.
- Determinar cuãles son los mecanismos utilizados por almacenes èxito sucursal

Bello para la recolección de fondos que permiten la ejecución de sus programas de apoyo social.

- Identificar cuáles son los parámetros que la fundación Éxito tiene para seleccionar a los beneficiarios de programas sociales en la comunidad.

2. MARCO TEÓRICO

Hacia finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, y como consecuencia de la constatación de la creciente importancia de la empresa en el entorno socioeconómico, toma cuerpo con fuerza la doctrina relativa a la existencia de una responsabilidad social empresarial, que parte de la apreciación del trascendental papel que la empresa desempeña en el contexto social y del considerable impacto de sus actuaciones: desde la perspectiva de la sociedad, la empresa se ha convertido en un importante agente social, cuyo rol es necesario redefinir en unos términos más acordes con el sentir general de la sociedad. Este cambio de mentalidad y de expectativas genera presiones sobre la institución empresarial que reclaman la consideración de las externalidades y costos sociales generados por su actividad, ante la prueba de la insuficiencia del beneficio socioeconómico de la entidad.

A partir de este nuevo esquema planteado, en la importancia de la empresa y su responsabilidad con su entorno tanto interno como externo es que se da pasó a grandes estudios que han sido perpetrados por diferentes conocedores del tema, quienes mediante investigaciones científicas han llegado a conclusiones y definiciones histórico hermenéuticos acerca de la Responsabilidad Social Empresarial como las trazadas por algunos autores; es el caso de Reyno Momberg Manuel en su tratado Responsabilidad Social Empresarial Como Ventaja Competitiva, Giraldo Hernández Gina en su obra Responsabilidad Social Empresarial en Antioquia o la Comisión de las Comunidades Europeas, en su Libro Verde de la Comisión Europea – Fomentar un

Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Pero la falta de una definición acabada y concreta del concepto de Responsabilidad Social nos sumerge en la búsqueda de distintas definiciones de Organismos internacionales y autores para determinar la adecuada.

Reyno Momberg, manifiesta en su libro Responsabilidad Empresarial Social como Ventaja Competitiva (2006), la Responsabilidad Social Empresarial “*se convierte en una ventaja competitiva que no sólo beneficia a la empresa sino a la sociedad en su conjunto*” (1). Desde este punto de vista, se da un valor utilitario a la RES en tanto redonda en un beneficio competitivo para la empresa, sin embargo, dejando a un lado los conceptos morales que puedan o no asaltarnos por ello, no podemos negar que, desde que las acciones tengan un alto impacto positivo en el contexto, nada de malo hay en que la empresa se vea beneficiada por ello; más si se tiene en cuenta que la manifestación de dicho beneficio puede ser el inherente reconocimiento de la comunidad y el creciente sentido de pertenencia hacia la empresa, derivando en posible aumento del consumo de sus productos por la población al reconocer en ella un elemento potenciador del desarrollo social

En la Unión Europea: mediante su Libro Verde (2001), se define así “*Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores*” (2).

Según la World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)(2004), la responsabilidad social empresarial “*Es el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida*”. (3).

El Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial CCRE define la RES como “*la*

capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realizan se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.(4) en esta concepción, se presenta la RES no como un deseo de aporte a la sociedad por parte de la empresa, sino como una mitigación de los efectos derivados de la acción empresarial, por lo tanto, esta se convierte en un elemento paliativo que busca no el desarrollo ulterior de las comunidades del contexto cercano a la empresa, sino en un elemento curativo cuyo objetivo es como mínimo el retorno a la situación previa a la incidencia empresarial en la comunidad.

Desglosando las variables de la RES, se analizan los planteamientos propuestos por algunos escritores acerca de la Variable Social que es el área de la que se ocupa la presente investigación:

Nicanor Restrepo Santamaría en su obra *Empresa Socialmente Responsable en un Escenario de Globalización* (2004), hace claridad que el ejercicio de la responsabilidad en las organizaciones conlleva a descifrar las consecuencias de sus acciones y decisiones sobre todos los grupos de interés o afectados por su actuar, las necesidades de la comunidad son consideradas como aspecto fundamental en el momento de la toma de decisiones, *“esto significa que cuando se habla de responsabilidad social empresarial, se hace alusión a lograr elevar la variable social al mismo nivel que lo económico, lo político y lo tecnológico. Adicionalmente, la variable social nos traslada a hablar, dentro de la organización, de valores como el de la libertad, la justicia, la equidad, la solidaridad, la conciencia y la integridad”*.(5)

Con base en el planteamiento del autor Emeterio Guevara Ramos en su epitome *La Gestión de las*

Relaciones y la Responsabilidad Social Empresarial (2001), manifiesta *“La comunidad en la que se desarrolla debe recibir un aporte positivo de la empresa, que se traduce en el respeto de su cultura o idiosincrasia y el fortalecimiento de sus valores cívicos positivos”*. (6)

En cuanto a la variable social de la RES la autora Olga Lucia Toro Montoya en su obra *Empresa Privada y Responsabilidad Social* (1996), expresa que *“En los discursos tradicionales sobre responsabilidad social del empresario, suele afirmarse que la empresa debe ser un ente de naturaleza social con una misión de servicio a la comunidad y con gran sentido de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo. Esto significa que debe ocuparse no solo de crecimiento económico sino también del bienestar comunitario”*. (7)

Los escritores Luis Pujol Senovilla - Manuel Bestratén Belloví en su obra *Responsabilidad Social en las Empresas* (2010), analiza la variable social de la RES como la *“Ha de integrarse en la comunidad de la que forma parte, respondiendo con la sensibilidad adecuada y las acciones sociales oportunas a las necesidades planteadas, atendíéndolas de la mejor forma posible y estando en equilibrio sus intereses con los de la sociedad. La acción social de la empresa es importante, pero evidentemente no es el único capítulo de la RS”*. (8)

Al dar continuidad al proceso investigativo se elaboró un artículo con el objeto de determinar los diferentes indicadores de responsabilidad social empresarial que deben aplicar las empresas como compromiso social hacia la comunidad de su entorno. El producto de este estudio permitirá al grupo de investigación concluir si las prácticas que están aplicando el almacén éxito sucursal Bello con relación a la RES están logrando los objetivos esperados y si tienen un balance adecuado con los expectativas creadas en los grupos de interés a nivel local y el crecimiento económico no sólo de la organización sino también de la comunidad en que se desarrolla la actividad empresarial.

En este proceso se realizó una recopilación de temáticas planteadas por diferentes autores, donde se seleccionan las que tienen más relación con el tema que se investiga. Algunas fuentes de información analizadas son las siguientes:

Según la Universidad Viña del Mar en su libro Actualización para el Management y Desarrollo Organizacional (2006), manifiesta que *“La empresa se integra a la comunidad de la que forma parte, haciéndose responsable de sus acciones y trabajando por contribuir al desarrollo de ésta, entendiendo que de su propio desarrollo depende también el de su entorno”*. (9)

Este autor permite plantear los siguientes indicadores:

- ¿Qué actividades realiza la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa?
- ¿Hace un levantamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad?
- ¿Reconoce a la comunidad en la que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios?

Fundación Ethos (2004), *“Es la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo”*(10).

Desde este análisis se pueden generar los siguientes interrogantes que se convierten en índices de indicadores

- ¿Participa activamente de la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones?
- ¿Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad (carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?

- ¿Tiene prácticas de compra y de inversiones para apurar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en la que está presente?
- ¿Concientiza y entrena sus empleados para que respeten los valores y tradiciones de la comunidad donde actúa?

Según la publicación de la Universidad Autónoma de Tamaulipas en su obra Sociedad Desarrollo y Movilidad en Comunicación (2010), nos manifiesta que *“La responsabilidad social está relacionada con el contrato social entre las organizaciones y la sociedad en que actúan”* y, por lo tanto, *deben interactuar con los miembros que componen esa sociedad. Bajo esta óptica, el enfoque de RES supone un nuevo modelo de gobierno de las externalidades empresariales en lo económico, social y medioambiental”* (11). Debido a lo anterior podemos proponer los siguientes interrogantes:

- ¿La empresa maneja algún método de intercambio de información con los grupos líderes de la comunidad circundante?
- ¿La empresa contribuye con la prestación de servicios en salud a la comunidad?
- ¿La empresa patrocina programas de becas estudiantiles a la comunidad del área de influencia?

De acuerdo con el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) (2009), en la Guía de autoaplicación de indicadores de RES, *“Con relación a las organizaciones comunitarias, ONGs y Servicios Públicos (escuela, puestos de salud, etc.)”*(12) presentes en su entorno, la empresa

- ¿Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a eventuales pedidos de apoyo?
- ¿Apoya varias entidades con donaciones, financiación e implementación de proyectos, divulgando Experiencias exitosas?

- ¿Participa de la elaboración e implementación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando a los liderazgos involucrados?
- ¿Actúa en asociación con entidades locales buscando influenciar sobre las políticas públicas, estableciendo alianzas participando de diversas redes a fin de maximizar su contribución al desarrollo local?
- ¿Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a eventuales pedidos de apoyo?.

Estos proyectos deben estar dirigidos a elevar el nivel de educación, la prestación de servicios de salud, auxilios de vivienda, creación de espacios de recreación y deporte, mecanismos que faciliten la convivencia social, generación de empleo a través de contrataciones directas o apoyo a los programas de emprendimiento”.

En razón a los indicadores planteados por los diferentes autores y luego de un análisis exhaustivo se llegó a determinar que como indicadores de observación para el grupo de RES Variable Social son los que se plantean a continuación:

3. MARCO CONCEPTUAL

Con base en los planteamientos de los diferentes autores que se investigaron y analizaron. El Observatorio Universitario Para el Desarrollo Económico y Social para la Zona Norte del Valle de Aburrá de la Corporación Universitaria UNIMINUTO Bello – Antioquia – Colombia, teniendo en cuenta las teorías analizadas concluye que *“la RES será definida como la Responsabilidad verificable e inherente de la empresa con el mejoramiento de los niveles de calidad de vida de las comunidades o grupos humanos con los cuales se relaciona de manera directa e indirecta, entendidos éstos como accionistas, empleados, consumidores, proveedores, comunidades aledañas a la sede organizacional o a cualquier actividad derivada de la empresa. Así mismo haciendo referencia al cuidado, conservación y desarrollo de medio ambiente como factor base de la supervivencia planetaria.”*

Para el grupo de investigación de la Variable Social; Una vez realizado el análisis documental define la Variable Social como: *“Los aspectos que apuntan al mejoramiento de la calidad de vida y bienestar social de la comunidad directamente relacionada con la empresa, ya sea en sus componentes humanos o de infraestructura, a través de programas y proyectos sociales representativos.*

Indicadores que la Línea de Investigación Utilizara en Almacenes Éxito Sucursal Bello

1. ¿Almacenes Éxito sucursal Bello cuenta con un presupuesto periódico asignado a programas de RES?
2. ¿Realiza procesos de planeación participativa en la que se integra a la comunidad?
3. ¿Realiza actividades de tipo cultural con el fin de contribuir al sano esparcimiento de la comunidad en que se desenvuelve?
4. ¿Hace un estudio de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos de inversión social en la comunidad?
5. ¿Hace parte activa en la discusión de problemas comunitarios, (se tiene incidencia en la junta de acción comunal aledaña)
6. ¿Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser aprovechadas por la comunidad (carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?
7. ¿Tiene prácticas de compra a pequeños productores de la localidad, para apurar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en la que está presente?
8. ¿Concientiza y entrena sus empleados para que respeten los valores y tradiciones de la comunidad donde actúa?
9. ¿Apoya eventos sociales como parte de su estrategia de acción empresarial?

10. ¿Promueve el desarrollo humano y profesional de la comunidad del área de influencia?
11. ¿Responde eficazmente a eventuales pedidos de apoyo en casos de catástrofes? Participa de la elaboración e implementación de proyectos conjuntos con otras entidades locales para el beneficio de la comunidad?
12. ¿Influye directa o indirectamente en la elaboración de políticas públicas que contribuyan al desarrollo económico de la comunidad local?
13. ¿Realiza contratación de personas socialmente excluidas?
14. ¿Realiza contratación de personal discapacitado?
15. ¿Brinda patrocinio para actividades deportivas o culturales a nivel local?
16. ¿Contribuye a la iniciación laboral de los jóvenes mediante generación de empleos sin requisitos de experiencia?
17. ¿Tiene programas preferentes de contratación con los ciudadanos de la comunidad local?
18. ¿Brinda patrocinio para obras de beneficencia?
19. ¿Tiene planes de seguimiento periódico a los beneficiarios de sus programas de acción social?
20. ¿Contribuye con la prestación de servicios en salud a la comunidad?
21. ¿Realiza actividades de capacitación en artes u oficios con la comunidad?
22. ¿La empresa apoya mediante becas estudiantiles a personas de la comunidad del área de influencia para mejorar su formación profesional?
23. ¿Posee algún mecanismo para medir los impactos causados por sus actividades propias de su que hacer en la comunidad de su entorno?
24. ¿La empresa conoce y aplica las normas ISO establecidas para la Responsabilidad Empresarial Social?
25. ¿La empresa tiene implementado procesos de auditoría para valorar el impacto o el alcance de sus aportes de RES en la comunidad influyente?
26. ¿La empresa tiene implementado procesos de auditoría para valorar el impacto o el alcance de sus aportes de RES en la comunidad influyente?

4. MARCO ADMINISTRATIVO

Historia

1949 Almacenes Exito S.A. abre sus puertas en Medellín en un local de 4 metros cuadrados y con un capital de quince mil pesos. En aquel entonces ofrecía retazos, saldos y cobijas, bajo el lema: "Comprar bien, para vender bien y pagar bien". Muy pronto fue ampliando sus instalaciones hasta ocupar a mediados de la década del 60 una manzana entera del populoso sector de Guayaquil en Medellín.

En 1970 innovó con un formato que para la época era revolucionario, pues mezclaba las telas y confecciones con las variedades y los productos de supermercado.

Así, bajo la consigna de precios bajos surgió el nuevo almacén de la calle Colombia y comenzó el crecimiento de la cadena, con la posterior apertura de los almacenes de El Poblado en 1974 y Envigado en 1981.

En 1989, Exito inauguró el primero de varios almacenes ubicados fuera de la ciudad de Medellín. Exito Calle 80 abrió sus puertas en la ciudad de Bogotá con excelentes resultados.

Desde 1994, la compañía inició un proceso de apertura accionaria, y desarrolló una estrategia de crecimiento y consolidación para enfrentar los retos de la entrante competencia internacional, abriendo nuevos almacenes en las ciudades de Bogotá, Cali y Medellín, con un balance muy satisfactorio.

Diciembre del año 2000 tres nuevos almacenes Éxito fueron inaugurados: Éxito Country y Exito Villa Mayor, en Bogotá, y Exito Bello, al norte del Valle de Aburrá.

El Exito Bello Antioquia obtiene certificación ISO14001 en Gestión Medioambiental, del Instituto Colombiano e Normas Técnicas ICONTEC.

Mayo: Exito Bello logra certificación en Buenas Prácticas de Manufacturas BMP, otorgada por el Instituto Nacional de Vigilancia y Control de Medicamentos INVIMA.

Responsabilidad Social Empresarial Almacenes Éxito S.A

Para Almacenes Éxito S.A., “la Responsabilidad Social Empresarial es una forma de compartir y retribuir a la comunidad los beneficios que recibimos de ella”.

“La empresa, como muchas otras grandes en Colombia, tiene una política de Responsabilidad Social Empresarial estructurada, que le permite enfocar su inversión social y su ayuda a población desfavorecida”.

5. MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación de campo es de tipo descriptivo con apoyo en la revisión documental; un diseño flexible con enfoque de metodología mixta (cuantitativa y cualitativa); esta pretende evaluar la responsabilidad social Empresarial en la variable Social del almacén éxito sucursal Bello Antioquia.

En la Investigación de campo, los datos de interés son recogidos de forma directa de la comunidad beneficiada y aledaña, mediante la aplicación de encuestas, entrevistas y visitas de observación tanto a las instalaciones de la empresa como a las organizaciones subsidiadas, de otro lado se aplicara una serie de indicadores previamente establecidos a los directivos de esta organización, que serán una herramienta esencial para determinar el compromiso en RES /VS que tiene almacén éxito sucursal Bello.

5.1. Localización de la Investigación

La presente investigación científica sobre Responsabilidad Social Empresarial RES/ Variable Social se llevara a cabo en Almacenes Éxito Sucursal Bello, ubicada en la diagonal 51 No. 35-120 en Bello Antioquia, además se trabajara con las comunidades aledañas y con las fundaciones beneficiarias por los programas de la fundación Éxito, ubicadas en la zona norte del valle de aburra (Bello, Copacabana, Girardota).

5.2. Caracterización de la Población

La contribución al desarrollo económico y social de la comunidad en la zona norte del Valle de Aburra, que brinda almacén éxito sucursal Bello, se ve reflejado en los beneficios recibidos por la siguiente población.

5.3. Atencion hogares infantiles

NOMBRE HOGAR INFANTIL	APORTE ECONOMICO 2010	POBLACION BENEFICIADA	NIÑA	NIÑO	RANGO ETAREO	ESTRATO ECONOMIC
Burbujas Fe y Alegria	41,799,450	330	120	110	2--4 a	1 y 2
El Barquito Fe y Alegria	25,641,000	185	85	100	2--5 a	1 y 2
San Juan de Luz Fe Alegria	20,134,400	140	52	87	2--4 a	2
Gato con Botas	8,547,000	97	49	48	2--4 a	2
La Chocita	25,515,000	238	120	118	6 m-5a	3 y 4
Miguelin	15.291.740	157	49	108	8m -4a	2 y 3
Susurros	13.260.240	74	30	44	2--5 a	1 y 2
Gus Gus Fe y Alegria	40.386.000	640	375	265	6 m-5a	1 y 2
Honguitos Fe y Alegria	15.750.000	160	64	96	2--5 a	1 y 2
Tamborines	10.824.660	142	75	67	8m -4a	2 y 3

En los eventos de capacitación a personas de la comunidad en diferentes artes u oficios se vinculan grupos que están en un promedio de veinticinco personas, de género mixto, rango atareó indefinido por la empresa y de estrato socioeconómico 1, 2 y 3.

En las actividades lúdicas, deportivas y culturales que desarrolla almacén Éxito sucursal Bello para la comunidad en general participan un número indeterminado de la población ya que son actividades a campo abierto, de género mixto, rango atareó indefinido por la empresa y de estrato socioeconómico 1, 2, 3 y 4.

5.4. Determinación de la Muestra

Para establecer la muestra se tendrán en cuenta una población aproximada de 3500 personas distribuidas en familias con un promedio de 4 personas por núcleo familiar que habitan en el entorno a las instalaciones de Almacenes Éxito Sucursal Bello. Comunidad que directa o indirectamente está involucrada en las actividades propias de la empresa y en los programas y eventos de carácter social realizados por la misma.

La muestra se delimitará a personas mayores de 18 años especialmente a las amas de casa y adulto mayor quienes son los que permanecen más tiempo en el área de influencia de Almacenes éxito bello y quienes más frecuentan las instalaciones del almacén.

Se tomara un 10% de la población lo cual arroja una muestra de 350 personas, a quienes se les aplicara una cuestionario de 10 preguntas con lo cual se busca establecer el grado de aplicación en responsabilidad empresarial social por parte de Almacenes Éxito Sucursal Bello.

6.5. Tipo De Investigación

Investigación Descriptiva

De acuerdo con los objetivos pretendidos en la presente investigación científica se seleccionó la investigación en su fase descriptiva por considerar que es un campo donde se describirá a través de la aplicación de unos indicadores el acatamiento que tiene almacenes éxito sucursal Bello con respecto a la RES/VS y las actividades que se desarrollan para dar cumplimiento a este objetivo.

La fase descriptiva asociada con el diagnóstico permite buscar, exponer y describir las características, situaciones y eventos de la RES/VS en el almacén Éxito sucursal Bello con el fin de especificar y dimensionar cómo es y cómo se manifiesta tal fenómeno.

Como enfoque fundamental el proyecto tendrá intereses del tipo cuantitativo, por cuanto este carácter permitirá la expresión y representación de los aspectos medibles numéricamente de la realidad y el contexto seleccionados para el estudio.

6.6. Método de la Investigación

En la fase descriptiva del trabajo la investigación será orientada por un método de observación directa. Por consiguiente en esta etapa se plantea la asimilación mediante la observación detenida y participante, es decir, formando parte del grupo estudiado, de los factores particulares en los diferentes individuos objetos de estudio (Comunidades Locales). Tras la identificación de datos, hechos, fenómenos y tendencias por medio del método anterior, se utilizará el método inductivo para realizar la generalización de las observaciones y establecer conclusiones y algunos principios acerca del tema de estudio a partir de las particularidades de los individuos estudiados en una muestra representativa de las condiciones y posturas sobre el tema y en el contexto que nos ocupan.

6.7. Tipo de Información.

De acuerdo al enfoque de esta investigación la información que se obtendrá será cuantitativa. Un ejemplo de estas medidas son el número de beneficiados por los programas de RES/VS en el medio y el porcentaje de implementación de políticas de RSE/VS aplicadas por almacenes éxito sucursal Bello.

Como es razonable, este tipo de datos representa información estructurada, estandarizada y determinada (puntual y estable), es susceptible de

una medición numérico-estadística ya que presenta un formato numérico y se encuentra sujeta a condiciones que la estipulan. De esta manera los fenómenos a estudiar son además del tipo paramétrico ya que están definidos por unas condiciones constantes también llamadas parámetros.

6.8. Técnicas y Fuentes de Recolección de Información.

Las técnicas a aplicar para la recolección de la información dado el carácter cuantitativo de la misma son principalmente las encuestas, las entrevistas, los exámenes visuales (observación) y el análisis de documentación.

Las fuentes de información que servirán a los objetivos de la investigación son:

Fuentes Primarias: Entrevistas directas con el personal administrativo de almacenes Éxito sucursal Bello, con miembros de la comunidad local, con los coordinadores de los hogares infantiles beneficiados, los coordinadores de la fundación Éxito, personal beneficiado con los programas de capacitación; encuestas y diálogos en los cuales participen los actores anteriormente mencionados; otras fuentes directas relacionadas con los participantes del fenómeno a investigar.

Fuentes Secundarias: Publicaciones en internet, artículos de revistas y periódicos de almacenes Éxito.

Presentación de Resultados

La edición y presentación de la información y de los resultados obtenidos en este análisis, se harán conforme a las normas APA, a través de un documento escrito y medios magnéticos. En el informe se incluirán instrumentos tales como los medios gráficos estadísticos, diagramas, diapositivas. Como anexos y complementos que certifican y legitiman la información captada en la empresa investigada.

6.9. Enfoque de la Investigación

Enfoque Cuantitativo: usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Enfoque Cualitativo: utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Para el presente estudio se optó por emplear los dos enfoques de la investigación teniendo en cuenta que la integración de los aspectos cuantitativos y cualitativos se puede concatenar para satisfacer las necesidades de un proyecto, al mezclar los dos puntos de vista los métodos cualitativos servirán para establecer las preguntas fundamentales sobre la evaluación del impacto en RES/VS, examinar el cuestionario de la muestra cuantitativa, y analizar el marco social dentro del cual se llevara a cabo la investigación, los métodos cuantitativos, en tanto, se pueden usar para informar las estrategias de recopilación de datos cualitativos, diseñar la muestra para advertir la medida en que los resultados observados en el trabajo cualitativo son aplicables a la investigación realizada y evaluar los datos estadísticamente para ver en qué porcentaje cumple la organización el objeto de la investigación con la RES/VS.

7. CONCLUSIÓN

La información obtenida hasta la fecha es un aporte parcial del grupo investigador a la línea Responsabilidad Empresarial Social, sublínea Variable Social, trabajo que se continuara en el próximo semestre por parte de un nuevo grupo de investigadores.

Para el grupo de investigación de la variable social, que adelanta su trabajo de campo en almacenes Éxito sucursal Bello, mediante la aplicación de unas técnicas de recolección de información tales como entrevistas, encuestas, registros fotográficos y

visitas de observación se puede concluir de manera económica que realiza almacenes Éxito sucursal Bello a la comunidad del área de influencia.

Para esta organización su mayor compromiso está encaminado a la población infantil a través de su fundación Exito, en el grupo etario de la primera infancia (niños ambos géneros de 6 meses hasta los 5 años), ya que se considera que la desnutrición en la infancia en Colombia es uno de los problemas que más merece de atención no solo por parte del estado sino también de la empresa privada.

En las diferentes visitas a los hogares infantiles se puede constatar que los beneficiarios de estos aportes son personas de los estratos económicos menos favorecidos logrando así el objetivo principal de dichas contribuciones económicas. El mejoramiento en el aspecto socioeconómico del sector también ha sido notorio pues pasó de ser un área deshabitada a ser un sector con gran influencia de personal y comercio.

8. GLOSARIO

Acción Social: ayuda voluntaria, expresada en recursos económicos o de otro tipo, otorgada por las empresas a proyectos externos de carácter filantrópico y desarrollo socioeconómico gestionados con sentido empresarial en las siguientes áreas: asistencia social, salud, educación, formación profesional, empleo.

Asistencialismo Social: Que es dar cuando se pide o se ve que se necesita y nada más.

Beneficiario: Persona, comunidad, grupo u organización que se ve afectada positivamente por la acción de un proyecto o programa.

Bienestar Social: Conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de la persona y

parcial que es de gran importancia la contribución que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que den lugar a la tranquilidad y satisfacción humana.

Calidad de Vida : Dinámica de las actividades profesionales, familiares, sociales y culturales, de una persona o un grupo de personas, que permite mantener o aumentar el bienestar físico, emocional y de interrelación.

Género: El significado social atribuido a la diferencia biológica entre mujeres y hombre. El conjunto cultural específico de características que identifica el comportamiento social de las mujeres así como la relación entre ellos. El género es una herramienta analítica para comprender los procesos sociales que incluyen tanto a los hombres como a las mujeres.

Indicador: Los indicadores son medidas que sintetizan situaciones importantes de las cuales interesa conocer su evolución en el tiempo. Se construyen a partir de información disponible para responder a preguntas determinadas, formuladas en un contexto específico.

Proyecto Social: Un proyecto tiene carácter social cuando su complementación y operación no depende necesariamente de la capacidad de pago de los consumidores o usuarios potenciales, ni de los rendimientos financieros sobre los dineros invertidos.

Stakeholders: (partes interesadas) persona, comunidad u organización afectada por las operaciones de una empresa o que influye en dichas operaciones. Las partes interesadas pueden ser internas –por ejemplo los trabajadores– o externas –por ejemplo los consumidores, los proveedores, los accionistas, los financiadores, la comunidad local–

9. REFERENCIAS

- (1). Reyno Momberg Manuel- Responsabilidad Social Empresarial Como Ventaja Competitiva (2006), En; www.eumed.net, ISBN-13: 978-84-691-7210-0
- (2) Comisión de las Comunidades Europeas. Libro Verde de la Comisión Europea – Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas (2001), Editorial ESADE “IPES Instituto Persona Empresa y Sociedad” http://itemsweb.esade.edu/wi/research/iis/pdfs_wb/Libro_Verde.pdf
- (3). World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Santiago de Chile. (2004) <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/14904/cl2104.pdf>
- (4). Centro Colombiano de Responsabilidad Social. La definición de RES en Colombia, www.ccre.org (s.a)
- (5). Restrepo Santamaría Nicanor, Empresa Socialmente Responsable en un Escenario de Globalización (Segunda ed.), Medellín, Colombia: Unión Grafica Ltda. (2004).
- (6). RAMOS Guevara Emeterio, La Gestión de las Relaciones y la Responsabilidad Social Empresarial, Bruselas, Bélgica, Universidad de Málaga, (2001).
- (7). Toro Montoya Olga Lucia. Empresa Privada y la Responsabilidad Social (1996), ISBN EN TRÁMITE
- (8). Pujol Senovilla Luis & Bestratén Belloví Manuel, Responsabilidad Social en las empresas, Universidad Católica del Norte, en: <http://www.rrppnet.com.ar/rse.htm>, (2010)
- (9). Universidad de Viña del Mar, Actualizaciones Para el Management y el Desarrollo Organizacional (Primera ed.), Viña del Mar, Chile: Loreto Marchant, (2006).
- (10). Instituto Ethos, Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial quinta edición (2004), www.eumed.net, ISBN en trámite (s.a).
- (11). Universidad Autónoma de Tamaulipas, Sociedad Desarrollo y Movilidad en Comunicación (Primera ed.), (F. T. Espinosa, Ed.) México, (2010).
- (12). Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria IARSE, Guía de Autoaplicación Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, (E. Artwork, Ed.) Córdoba, Argentina, (2009).
- (13). <http://www.elmundo.es/diccionarios/index.html?a=9423554f2cb4364ef01a9eecbacf40f9&t=1277819201>