

## DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DESDE LA DIMENSION EXTERNA: COOPERATIVAS MULTIACTIVAS DE BARRANQUILLA

### PERFORMANCE OF SOCIAL RESPONSIBILITY FROM THE EXTERNAL DIMENSION: MULTIACTIVE COOPERATIVES OF BARRANQUILLA

William Emiro Caldera Martínez<sup>1</sup>  
 Alex Abrahán Barrios Romero<sup>2</sup>  
 Mildred Garizabal Donado<sup>3</sup>  
 Francisco Panesso Carrera<sup>4</sup>

#### Resumen

El objetivo del presente artículo es mostrar, el desarrollo de la responsabilidad empresarial desde su dimensión externa en las Cooperativas Multiactivas de la ciudad de Barranquilla. El diseño metodológico utilizado se ubica en la investigación con enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, no experimental de campo, por lo cual, se utilizó como técnica de recolección de la información la encuesta. Los resultados demuestran que, en la dimensión externa, que abarca a los proveedores, clientes, competidores, comunidad local, y comunidad global; las Cooperativas Multiactivas de Barranquilla no se evidencia un cumplimiento del todo con los compromisos y las acciones que apoyo al desarrollo económico y social de la comunidad. Por lo cual, aunque tengan algunos programas, no son socialmente responsables, porque carecen de otros factores que son relevantes dentro del campo de la responsabilidad social empresarial.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social empresarial, Cooperativas Multiactivas, Dimensión Interna, Empleados accionistas.

#### Abstract

The objective of this article is to show the development of corporate responsibility from its external dimension in the Multi-Active Cooperatives of the city of Barranquilla. The methodological design used is located in the investigation with a quantitative approach of descriptive scope, not experimental in the field, therefore, the survey was used as the information collection technique. The results shows that, in the external dimension, which includes suppliers, clients, competitors,

Fecha de recepción: Febrero de 2020 / Fecha de aceptación en forma revisada: Junio 2020

<sup>1</sup> Magister en Administración, Universidad de la Costa, CUC y Especialista en gerencia de mercadeo de la CUC, Administrador financiero de la CUL. calmawiiil@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4542-2963>,

<sup>2</sup> Magister en Administración, Universidad de la Costa, CUC y Administrador de Empresas- Fundación libertadores. abarrios@unisnucartagena.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0316-6092>

<sup>3</sup> Doctora en Administración de Negocios, Escuela Superior de Economía y administración de Empresas - ESEADE, Argentina. Magíster en Administración de empresas e innovación, Universidad Simón Bolívar. Administradora de Empresas, Universidad de la Costa, CUC. Docente del programa de Administración de Empresas e investigadora del grupo de investigación GICDE de la Institución Universitaria ITSA, migarizabal@itsa.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9847-7955>

<sup>4</sup> Magister en Administración – MBA, Universidad Tecnológica de Bolívar y Economista – Universidad Tecnológica de Bolívar. Docente del programa de Administración de Empresas. francisco.panesso@curnvital.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9463-1732>

the local community, and the global community; The Multi-Active Cooperatives of Barranquilla do not fully comply with the commitments and actions that support the economic and social development of the community. Therefore, although they have some programs, they are not socially responsible, because they lack other factors that are relevant within the field of corporate social responsibility.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Multiactive Cooperatives, Internal Dimension, Shareholder Employees

### Introducción

El desarrollo de la Agenda 2030 y sus objetivos de desarrollo sostenible, así como la Responsabilidad Social, buscan generar un cambio de paradigma que permite un avance progresivo y sostenible en materia social, económica y medioambiental. Esto requiere una participación y compromisos de actores como el Estado, la comunidad civil, la academia, las empresas públicas y privadas, que tienen un papel preponderante en la búsqueda de estos cambios. (Ormaza, Ochoa, Ramírez y Quevedo, 2020)

En la actualidad, la relación entre el desarrollo de actividades de orden económico, las personas, la sociedad y el medio ambiente ha venido cambiando, por que el ser humano con esta dinámica satisface ciertas necesidades que mejoran su calidad de vida y propenden por el cuidado del medio ambiente, buscando garantizar el porvenir de las generaciones futuras, razón por la cual nace el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que son todas aquellas acciones y decisiones inteligentes que realizan los directivos y encargados de las empresas para llevar una relación adecuada con la sociedad y de esta manera generar un bienestar social (Andrews, 1971) Para Reyno (2006), el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial ha sido mal definido, por su forma descriptiva, centrándose en el contenido y dando lugar a definiciones insuficientes para cubrir todos los aspectos que lo conforman..

Más recientemente, la RSE, se define como la manera como busca una organización alinear sus comportamientos y valores junto con los comportamiento y valores de otras partes interesadas. (Esmailpour & Barjoei, 2016). La definición de la RSE podrá ser completa en la medida que abarque las distintas obligaciones que tienen las organizaciones con la sociedad de manera integral, como son obligaciones económicas, legales, cuidado del medio ambiente, buen desempeño ético y buen manejo del negocio. (Camacho (2015). En definitiva, la RSE es una iniciativa voluntaria por parte de las organizaciones, más que el cumplimiento de un ordenamiento de carácter jurídico. Es una relación ética y transparente de la empresa con su público o grupos de interés (*Stakeholder*), contribuyendo al desarrollo económico a través de prácticas comerciales respetuosas e impulsoras de una estabilidad social y ambiental. (Flores, Bino y Barroso, 2016). Dichas prácticas pueden ser la clave para que organización pueda mantenerse y sobrevivir en el largo plazo, pues el desempeño social puede llegar a marcar la diferencia en la percepción y reputación que tenga una empresa. (Ahn & Park, 2018)

De esta manera las organizaciones son responsables socialmente, buscando que las acciones que realizan se orienten a la satisfacción interna, de la sociedad y de los que se benefician de su actividad comercial, así mismo el cuidado del entorno. (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial -CCRE, 2016). Desde esta perspectiva, las empresas como lo plantea Porter (2011) están llamadas a generar prácticas que mejoren o beneficien a su comunidad, como por ejemplo las compensaciones económicas para enfrentar los fallos en los servicios, de tal manera que se pueda afectar la reputación de las organizaciones de manera positiva. (Thomassen, Leliveld, Ahaus

& Van de Walle, 2020); también, la agenda 2030 en la cual están inmersos los Objetivos del Desarrollo Sostenible –ODS le plantea desafíos no solo a los gobiernos sino al sector empresarial (Naciones Unidas, 2018).

El implementar políticas para la puesta en marcha de la RSE al interior de las organizaciones, se ha convertido en una necesidad, sobre todo en organizaciones que juegan un papel trascendental en el desarrollo económico, social y ambiental de los países, para reducir la pobreza, el hambre y la inequitativa distribución de riqueza, que es el caso de las cooperativas, cuyo papel es resaltado por los organismos internacionales como la Organización de Naciones Unidas (ONU), Food and Agriculture Organization (FAO), la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), en los planes y programas futuros como: “Agenda 2030 para el desarrollo sostenible” de la ONU y “Visión 2020” de ACI Américas.

También en Colombia, existen organismos que buscan direccionar los objetivos de las organizaciones hacia los lineamientos internacionales, a través de planes como el “Plan Nacional de Fomento a la Economía Solidaria, Planfes (2017-2032), el Programa “Cooperativas por Colombia 2016-2020”. El organismo encargado del control y vigilancia es la Superintendencia de economía solidaria (Supersolidaria), quien supervisa el desempeño de las empresas pertenecientes a dicha entidad como son las cooperativas, fondos de empleados y asociaciones mutuas, de las cuales las cooperativas representan el 96.3% (Confecoop, 2014).

El cooperativismo se caracteriza por la unidad de criterio y decisión de un grupo de personas que, buscan un fin común; aportando en forma equitativa; desde la convicción de que el producido final se distribuya con base en el mismo criterio. Así, las cooperativas se han convertido en la forma de asociación más competitiva a nivel mundial, manteniéndose desde sus comienzos y fortaleciéndose en la medida en que eran más conocidas y aceptadas, en todas las actividades del ser humano. Las dinámicas mostradas por las cooperativas en Colombia siguen las tendencias mundiales de este sector. Explicado por el fortalecimiento de estas entidades, a tal punto que para el año 2012, tuvieron una participación del 4.1% sobre la economía nacional, mostrando con ello la importancia que tienen estas entidades en el desarrollo del país. (Garizabal, Otálora y Mugno 2017). En el presente artículo se describe el desempeño de la Responsabilidad Social desde la dimensión externa en Cooperativas Multiactivas de la ciudad de Barranquilla, analizando cada grupo de interés.

### ***Dimensión externa de los grupos de interés de la RSE***

Las iniciativas sociales propias de la dimensión externa, le dan carácter de estrategia competitiva a la responsabilidad social. De esta forma, el impacto social que produce la empresa permite q permite su vinculación con sus grupos de interés con el fin de generar un fortalecimiento en los canales de distribución, contribuir en la motivación de los empleados y los gerentes y el acercamiento al gobierno; así mismo, alcanzar un posicionamiento en los productos o marcas por la buena reputación producto de la participación en una iniciativa de corte social que permite incrementar su participación en el mercado; adquirir nuevas habilidades para acercarse a nuevas demandas y acomodarse al entorno social e ir conociendo las necesidades que se presentan en el mercado para llegar con nuevos productos y servicios. (Gómez y Luis, 2005, como se citó en Ferrer 2013).

La dimensión externa de la RSE se trabaja en el proceso productivo de la organización, por lo que los códigos de ética de las empresas apuntarían al impulso de una relación de cuidado y consideración hacia el medio ambiente, asumiendo compromisos y acciones en procura del desarrollo sustentable en comunidades y que se ejecuten de prácticas comerciales responsables

con sus grupos de interés (clientes, inversionistas, proveedores, contratistas y distribuidores y, por último, con la sociedad y el Estado) (Baltera y Díaz ,2005,p.35). Y además de los códigos escritos es necesario el desarrollo del liderazgo ético que permita una verdadera sensibilidad frente a los problemas de los grupos de influencia. (Pasricha, Singh, Verma, 2018)

Cabe resaltar, que la organización, como sistema abierto, debe asumir la correspondencia entre los diversos elementos y contribuir a la construcción de tejido social, en una relación de interdependencia, en la que todas las partes involucradas se beneficien (Aguilera y Puerto, 2012)

### ***Cientes, proveedores y competidores***

La Responsabilidad Social Empresarial conlleva a que las empresas intenten ofrecer sus bienes y servicios de una manera eficaz, ética y ecológica de tal forma que puedan atender las necesidades y deseos de sus clientes. Se espera que obtengan mayores beneficios, aquellas organizaciones que establecen relaciones sólidas y de largo plazo con sus clientes, y que les ofrece productos y servicios de calidad, seguridad, fiabilidad y servicios adicionales (Navarro, 2012). Es importante conocer muy bien a los clientes, ya que cuando la empresa necesite desarrollar una estrategia de responsabilidad tendrá que tener en cuenta las características propias de cada uno de esos clientes que, indudablemente, son diferentes. (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2003, p. 13).

Por otro lado, los proveedores deben ser seleccionados de manera justa y responsable, estableciendo condiciones comerciales favorables para ambos y generando relaciones beneficiosas de futuro. La relación con ellos, podría organizada contractualmente estableciendo las responsabilidades de la organización que contrata y del proveedor. (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2003)

Las alianzas estratégicas y colaborativas con los competidores, es más ventajosa, que los constantes enfrentamientos por obtener un mejor posicionamiento en el mercado. Según Navarro (2012) buenos beneficios en términos de desarrollo de sinergias y disminución de costos y incremento de inversión, identifican a los planes encaminados en conjunto entre varias organizaciones dentro de un mismo mercado.

Según Mendez y Peralta (2014) las expectativas y acciones de responsabilidad social empresarial relacionadas con los grupos de interés (clientes, proveedores y competidores) son las siguientes:

GRUPO DE INTERÉS	EXPECTATIVAS	POSIBLES ACCIONES SOCIALMENTE RESPONSABLES
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad</li> <li>• Trayectoria.</li> <li>• Sostenibilidad (tamaño y antigüedad).</li> <li>• Servicio posventa.</li> <li>• La formación del consumidor y en la creación de hábitos saludables.</li> <li>• Precio razonable.</li> <li>• Seguridad y fiabilidad del producto.</li> <li>• Información y atención antes, durante y después del momento de la compra.</li> <li>• Comportamientos sociales y medioambientales por procesos productivos ecológicos y respetuosos con los derechos humanos, de comercio justo y compromiso y colaboración de la empresa productora con la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una oferta de productos y servicios de calidad, fiables y a precios razonables.</li> <li>• Cumplimiento oportuno de las garantías y demás servicios asociados al bien o servicio ofrecido.</li> <li>• Código de conducta.</li> </ul>

Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solvencia.</li> <li>• La transparencia y justicia en la elección.</li> <li>• El cumplimiento de los contratos establecidos.</li> <li>• La política de precios y pagos.</li> <li>• Condiciones de exclusividad. • Plazos de entrega.</li> <li>• La calidad.</li> <li>• La cooperación para la inversión en la continua mejora de los productos y servicios contratados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La selección transparente, justa y responsable de proveedores.</li> <li>• Establecimiento de unas condiciones comerciales basadas en el beneficio mutuo.</li> <li>• Código de conducta.</li> <li>• Oportunidad en la cancelación de acreencias.</li> </ul>
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benchmarking.</li> <li>• Respeto a la libre competencia exigida por el marco legal.</li> <li>• Las alianzas estratégicas.</li> <li>• La reunión en asociaciones sectoriales ayuda a la cobertura de las necesidades del mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las colaboraciones y alianzas estratégicas.</li> </ul>

Fuente: Mendez y Peralta (2014)

### ***Derechos Humanos***

“Una de las dimensiones de la RSE está fuertemente relacionada con los derechos humanos, sobre todo en lo referente a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales” (Libro verde, 2001, p.14).

Los derechos humanos abarcan aspectos muy complejos donde están inmersos problemáticas políticas, jurídicas y éticas. Las organizaciones afrontan asuntos complejos, como la manera de establecer los compromisos que son de su competencia y no de los gobiernos. Por otra parte, velan para que sus socios comerciales consideren los valores organizacionales como aspectos importantes para su buen funcionamiento. Así mismo la de mirar el rumbo y la manera en que deben operar en países donde los derechos humanos se violan con frecuencia.

La Unión Europea es un referente en la búsqueda de la observancia de los derechos humanos puesto que dentro de sus políticas garantiza el respeto al trabajo, el cuidado del medio ambiente y los derechos humanos, aparte trabaja en la conexión entre políticas en materia de desarrollo, comercio y estrategia dentro del sector privado en países emergentes, por medio de inversiones europeas. (libro verde, 2001, p.54).

### ***Problemas ecológicos***

La problemática ecológica por efecto de la globalización y el establecimiento de empresas en varias partes del mundo, ha traspasado fronteras, ya que el consumo de recursos se realiza a escala mundial, convirtiéndose la ecología en un asunto de mucha relevancia (libro verde, 2001, p.16).

### ***Comunidad Local***

La responsabilidad social abarca la unión de las empresas dentro de su entorno local, contribuyendo al avance de las comunidades locales en que se sitúan; suministrando: plazas de empleo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Asu vez, las organizaciones dependen del bienestar, la seguridad y el progreso de la comunidad donde operan. Donde la mayor parte de sus contrataciones tienen lugar en la fuerza de trabajo local, por lo que es importante y de interés que en el lugar ubicación se pueda contar con personas con la preparación requerida. Además, las Pymes encuentran a su clientes potenciales y finales dentro de sus alrededores. El prestigio de una empresa en su sitio de ubicación y su imagen como empresario, productor y como agente de la vida local, influye en su competitividad. (Libro verde, 2001). Por otro lado, hay organizaciones

que promueven en sus entornos cercanos, la creación de microempresas, mediante la financiación de proyectos de emprendimiento, buscando generar un impacto positivo sobre el desarrollo de la comunidad (Lindgreen, A., Córdoba, J., Maon, F. et al., 2010).

### ***Empleo***

Las firmas se relacionan con el ambiente físico cercano. Algunas no solo tienen en cuenta las condiciones físicas en materia de limpieza del aire, recursos hídricos limpios o buena infraestructura de vías descongestionadas para la puesta en marcha de la oferta de bienes y servicios; sino que, también deben relacionarse con el talento humano que ofrece el entorno y abrirles espacio para vincularse en las organizaciones. (Libro verde, 2001).

### ***Preservación del medio ambiente***

Las organizaciones pueden incurrir en acciones negativas contra el medio ambiente como son:

la polución acústica, lumínica y de las aguas; contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Por ello, las empresas con mayor conciencia de las cuestiones ecológicas realizan a menudo una doble contribución a la educación medioambiental de la comunidad. (Libro verde, 2001).

El apoyo hacia la preservación del medio ambiente y la divulgación de las actividades que realizan las organizaciones en esta materia, no solamente se explica por una mayor concientización, sino que además puede deberse a presiones por grupos interés como la ONG'S que cuentan con legitimidad por parte de la comunidad. (Thijssens, Bollen, & Hassink, 2015).

### ***Colaboración con proyectos comunitarios.***

Diversas organizaciones establecen compromisos con la población de su área de influencia otorgando acceso a educación universitaria por medio de becas, apoyo con entidades que velan por el cuidado del medio ambiente, así mismo brindar oportunidades laborales a aquellos individuos poco tenidos en cuenta por la sociedad, apoyo con servicio para el cuidado de los niños mientras sus colaboradores de la comunidad se encuentran trabajando de guardería a sus trabajadores, la formación de organizaciones con comunidades, la promoción del deporte o actividades de índole cultural a nivel local o la realización de contribuciones para obras de beneficencia (Libro verde, 2001, p.13).

### ***Comunidad global***

A través de los avances de las TIC'S en que está inmersa la sociedad actual, es posible que los hechos que transcurren en cualquier parte del mundo tengan una importante incidencia sobre la realidad de la empresa. Así mismo las actividades de una organización pueden impactar a diversos lugares del mundo. Por lo que la normatividad y los marcos legales internacionales son muy importantes para todas aquellas empresas que tienen incidencia a nivel mundial. (Navarro, 2012).

### ***Colaboración directa con organizaciones internacionales***

Las organizaciones se enfrentan a diversos pasos con la finalidad de establecer en su funcionamiento la gestión de la responsabilidad empresarial, el medioambiente, aspectos sociales, económicos y éticos.

Inicialmente, está la formulación de políticas, que es trascendental para establecer y comunicar el punto de vista y los objetivos de una organización en los distintos aspectos de la sostenibilidad. (Scade, 2017). Luego, la contabilización, que es la necesidad de una organización de definir indicadores cuantificables, que permitan realizar un seguimiento en la sostenibilidad, buscando establecer el grado de cumplimiento de sus objetivos. Le sigue el aseguramiento, siendo este importante para la organización, consiste en asegurar el cumplimiento de sus políticas y que con ellas se puedan alcanzar los objetivos trazados en materia del desempeño sostenible. Por último, la comunicación, ya que es necesario que la organización comunique a sus grupos de interés los avances que se están realizando en materia del desempeño sostenible.

Estos cuatro pasos se deben realizar con un trabajo mancomunado con los organismos mundiales que buscan el desarrollo de la RSE, tales como la ONU, comunidades europeas o la OCDE, con el pacto global, el libro verde y las pautas sobre comportamiento medioambiental respectivamente. (Navarro, 2012).

### ***Promoción de la Responsabilidad Social Empresarial a través de redes internacionales.***

La puesta en marcha actividades de promoción de la Responsabilidad Social Empresarial se realiza por medio de las redes empresariales internacionales, en la que se destacan temas relacionados con el respeto a los derechos humanos y el cuidado del medioambiente. El Pacto Mundial es un gran acuerdo de carácter voluntario que busca que las organizaciones vinculadas se comprometan en la promoción de la consecución de los diez principios del Pacto Mundial (1999) mediante sus procesos de producción. Estos principios están basados en declaraciones y convenciones universales aplicadas en cuatro áreas como derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción.

En el caso de los derechos humanos, propende por el respeto y apoyo de estos derechos a nivel internacional y no ser cómplice en la violación de los derechos humanos. Los estándares laborales, se refiere a que se apoyen los principios de libre asociación y negociación colectiva, así mismo, la eliminación de toda forma de trabajo forzado y trabajo infantil y la discriminación en materia laboral. El medio ambiente, hace referencia a que se apoye la atención preventiva frente a los desafíos medioambientales, se promueve una mayor ciencia con respecto a la responsabilidad para con el medio ambiente, y por el impulso y conocimiento de tecnologías amables con el medio ambiente. Por último, la anticorrupción, se refiere a que se debe tomar acciones frente a todas las formas de corrupción, igualmente con la extorsión y el soborno.

La inclusión voluntaria al Pacto Mundial, hace que las organizaciones se comprometan a realizar anualmente la publicación de un Informe de Progreso, en el que comunican todas las acciones que realizan, a corto y medio. Las organizaciones que cumplen en publicar anualmente el informe de progreso son consideradas activas, en cambio aquellas que no lo hacen pasaran a tener el rotulo de “no informantes” y después de dos años son declaradas inactivas.

Con base a lo anterior, se puede inferir que para que la Responsabilidad Social Empresarial se aplique de manera efectiva, se debe establecer un equilibrio entre los intereses de los diferentes stakeholders o grupos d interés, con el fin de evitar que surja un conflicto entre los mismos, que puedan afectar el funcionamiento de la empresa. Al respecto se plantea que el objetivo primordial de las empresas una balanza entre los derechos y deberes de sus colaboradores, la generación de valor para los accionistas y buenas expectativas para sus consumidores, entre el cuidado del medio ambiente y el proceso productivo, entre la rentabilidad del negocio y la equidad de las utilidades, entre los derechos de la iniciativa privada y la calidad de vida de los ciudadanos donde funciona la empresa. (2008, p.126).

### **Metodología**

La presente investigación es de tipo descriptiva, toda vez que se identificaron las variables o conceptos que inciden en que las Cooperativas multiactivas de Barranquilla puedan ser organizaciones socialmente responsables. Es de enfoque cuantitativo y el diseño de la investigación fue no experimental de campo, debido a que la variable que se busca interpretar no fue manipulada deliberadamente por los investigadores. Para la recolección de la información en el presente estudio, se utilizó la encuesta como herramienta para indagar la realidad existente en un momento determinado (Tamayo y Tamayo, 2007). La población de la investigación en mención son las cooperativas multiactivas ubicadas en la ciudad de Barranquilla, donde se tomó una muestra intencional o conveniencia de 19 cooperativas de diversos tamaños ya que fueron las únicas que permitieron el acceso a la información, brindando toda su colaboración para este estudio. Estas Cooperativas, pertenecen al nivel 3 de clasificación de la Supersolidaria, y cuentan con máximo de 10 empleados.

### **Resultados**

Este apartado presenta los resultados del proceso de investigación a través de las encuestas aplicadas por los autores y fundamentados en la variable Responsabilidad Social, la cual se subdividió en tres Subdimensiones: clientes, proveedores y competidores, comunidad local y comunidad global que hacen parte de la Dimensión Externa.

A continuación se muestra en la tabla 1 la subdimensión Clientes, Proveedores y Competidores, donde el primer indicador hace referencia a los derechos humanos y permite observar que el 42,1% de los entrevistados, están en desacuerdo; igualmente, el 26,3% en total desacuerdo; indistintamente, el 21,1% de la muestra dijo estar parcialmente en desacuerdo con el hecho de que las cooperativas cuenten con códigos de conducta en donde se desarrollen temáticas en materia de derechos humanos, medio ambiente y condiciones laborales, enfocados en sus subcontratistas y proveedores. Además, facilitan información completa sobre los códigos de conducta a la alta dirección, área operativa y las comunidades locales que involucre además la responsabilidad social. Asimismo, respetan los convenios de la OIT (trabajo infantil) descartando a los contratistas que emplean niños. No obstante, un 5,3% manifestó estar parcialmente de acuerdo con el contexto anterior; y el restante, 5,3%, aseveró estar totalmente de acuerdo.

Partiendo de los resultados para el indicador, se evidencia que se logró un promedio de 2,21 puntos, lo cual, según el baremo de interpretación, lo ubica en una categoría inadecuada. Lo anterior, permite asegurar que dichos resultados contrarían el concepto emitido en el libro verde, (2001), sobre los derechos humanos, que abarcan aspectos muy complejos y plantean inconvenientes de corte jurídico, ético y político. También dice que las empresas se enfrentan a situaciones complicadas, como la manera de diferenciar entre compromisos que son de ellos y no son de carácter gubernamental. Así mismo, buscar que otras organizaciones con las que se tiene relaciones de índole comercial, tengan en cuenta el respeto de los valores que para ellas son muy importantes y el camino que conviene seguir y la manera como deben operar en países donde los derechos humanos son atropellados con mucha frecuencia.

Respecto a los resultados alcanzados para el indicador problemas ecológicos, se observó que el 36,8%, el 31,6% y el 10,5% de los entrevistados, respectivamente están en total y parcialmente en desacuerdo en que las cooperativas tienen convenios con sus proveedores para realizar campañas en pro de mejorar los problemas ecológicos. Asimismo, cumplen los proveedores de la cooperativa con los requisitos de ser empresa de producción socialmente responsables. A pesar de



ello, el 15,8% y 5,3% de los entrevistados, aducen estar parcial y totalmente de acuerdo con los anteriores argumentos.

El promedio obtenido a partir de los resultados presentados, fue de 2,21 puntos, posicionando de esta manera al indicador en una categoría inadecuada, significando de esta manera que dichos resultados distan de concordar con el concepto contenido en el libro verde (2001), donde se esclarece que por los efectos transfronterizos de muchas problemáticas de corte ambiental de relación con las organizaciones y el consumo de recursos a nivel internacional, se convierten en actores mundiales.

Por último, se puede apreciar que en promedio el 36,8% de la muestra, así como el 31,6% y el 15,8%, de forma respectiva, manifiestan estar en, total y parcial desacuerdo con la manera como las cooperativas manejan lo relacionado con derechos humanos y problemas ecológicos. Sin embargo, un 10,5% de la muestra y el 5,3% restante, refutan lo contrario y dicen estar, parcial y totalmente de acuerdo.

El promedio que se obtuvo en esta subdimensión (Clientes, Proveedores y Competidores), fue de 2,21, de acuerdo al baremo de interpretación, es considerado como una categoría inadecuada y va en contra de lo expresado por Navarro (2012), quien manifiesta que la responsabilidad social empresarial implica que las empresas ofrezcan bienes y servicios a sus consumidores de una manera ética, ecológica y eficaz, procurando que las relaciones duraderas con sus clientes, y proveedores, y respetando a sus competidores.

**Tabla 1. Subdimensión: Clientes, Proveedores y Competidores.**

Indicador	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total		□
	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	
<b>Derechos Humanos</b>	5	26,3	8	42,1	4	21,1	1	5,3	1	5,3	19	100	2,21
<b>Problemas ecológicos</b>	7	36,8	6	31,6	2	10,5	3	15,8	1	5,3	19	100	2,21
<b>Clientes, Proveedores y Competidores</b>	6	31,6	7	36,8	3	15,8	2	10,5	1	5,3	19	100	2,21

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

En referencia a la subdimensión comunidad local, en la tabla 2, se observa que en el indicador empleo, el 52,6 % (26,3% totalmente y el 26,3%, parcialmente) de la muestra, aseguran estar de acuerdo en que las cooperativas proporcionan empleo directo a los habitantes de la comunidad local. Sin embargo, un 26,3% argumentó estar parcialmente en desacuerdo, un 10,5%, dice que está en desacuerdo y el remanente 10,5% asegura estar totalmente en desacuerdo.

El promedio que se obtuvo en este indicador fue de 3,47 puntos, es decir, que se encuentra en una categoría adecuada, ajustándose a los preceptos emitidos en el Libro verde (2001), donde se enfatiza en que las empresas interactúan con su territorio físico cercano y la facultad de poder incorporar al talento humano local.

En lo que respecta al indicador preservación del medio ambiente, los resultados obtenidos muestran que el 89,4 % (52,6% totalmente y el 36,8%, parcialmente) de los encuestados están de acuerdo en que las cooperativas realizan actividades que contribuyen a la preservación del medio ambiente que beneficia a la comunidad. Sin embargo, el 5,3% están parcialmente en desacuerdo y el restante 5,3%, en desacuerdo con el contexto anterior.

El promedio alcanzado para este indicador, de acuerdo a sus resultados, fue de 4,37 puntos, lo que lo ubica en una categoría de muy adecuada, concordando con el criterio esbozado en el Libro verde, donde se indica que:

Las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes como la polución acústica, lumínica y de las aguas, también la contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Es así que las empresas con mayor conciencia en materia ecológicas son las que realizan frecuentemente una doble contribución a la educación medioambiental de la comunidad. (2001).

En lo referente al último indicador (Colaboración con proyectos comunitarios), los resultados alcanzados muestran que el 52,7% de los encuestados (31,6% totalmente y 21,1%, parcialmente) demostraron estar de acuerdo en que las cooperativas hacen un diagnóstico que les permite analizar las necesidades de la comunidad, con el fin de contribuir a su desarrollo integral y realizan aportes económicos para el desarrollo de proyectos comunitarios. Sin embargo, el restante 47,3% mostró (26,3% parcialmente, 10,5% en desacuerdo y el 10,5 en total) desacuerdo con las anteriores apreciaciones.

El promedio obtenido de los resultados de este indicador fue de 3,53 puntos, situándolo en una categoría adecuada. Lo que concuerda con lo argumentado en el Libro verde (2001), en que muchas empresas establecen compromisos con la comunidad local, a través de la puesta en marcha de proyectos comunitarios; como lo es el ofrecer puestos de trabajo adicionales, brindar colaboración con organismos para la protección del medio ambiente, la contratación de personas que sufren por exclusión social, la oferta de servicios de guardería a sus trabajadores que no tienen con quien dejar sus hijos, la organización y desarrollo de organizaciones con comunidades, el apoyo para la realización de actividades culturales o deportivas a nivel local y la realización de aportes para obras de beneficencia.

Finalmente, el promedio de los resultados obtenidos de los indicadores, de la subdimensión Comunidad Local, se observa que el 36,8% de los encuestados están totalmente de acuerdo y 26,3% parcialmente de acuerdo, en lo que corresponde al apoyo a la comunidad local.

El promedio alcanzado en esta subdimensión, con base en los resultados obtenidos, correspondió a 3,79 puntos, siendo esta, una categoría adecuada y ajustada a la percepción emitida en el Libro verde (2001), donde se dice que la responsabilidad social de las empresas incluye la unión de las empresas con su entorno local y que estas favorecen al progreso de las comunidades locales en que se ubican, suministrando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales.

**Tabla 1. Subdimensión: Comunidad Local**

Indicador	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total		□
	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	
<b>Empleo</b>	2	10,5	2	10,5	5	26,3	5	26,3	5	26,3	19	100	3,47
<b>Preservación del Medio Ambiente</b>	0	0,0	1	5,3	1	5,3	7	36,8	10	52,6	19	100	4,37
<b>Colaboración con proyectos comunitarios</b>	2	10,5	2	10,5	5	26,3	4	21,1	6	31,6	19	100	3,53
<b>Comunidad Local</b>	1	5,3	2	10,5	4	21,1	5	26,3	7	36,8	19	100	3,79

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

Por último, en lo que respecta a la subdimensión comunidad global, en la tabla 3 se puede observar que en el indicador colaboración directa con organizaciones internacionales, el 36,8%, el 26,3% y el 15,8% respectivamente de los encuestados, están totalmente y parcialmente en desacuerdo en que las cooperativas colaboran directamente con las organizaciones internacionales que promueven la responsabilidad social como es el caso de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) con sus guías sobre comportamiento medioambiental. Sin embargo, un 15,8% y 5,3%, están en total y parcialmente de acuerdo.

El promedio obtenido en este indicador fue de 2,37 puntos, que indica que el mismo corresponde a una categoría inadecuada, lo cual va en contra de lo que dice Navarro, (2012), en que la gestión de la responsabilidad social empresarial debe enfocarse desde el punto de vista social, ético, medioambiental y económico, bajo la contribución efectiva con organizaciones de carácter internacional, que realizan procesos de promoción de la RSE como la OCDE, la ONU y comunidades de Europa, con las pautas de comportamiento medioambiental, el pacto global y el libro verde, respectivamente.

Por otro lado, en el indicador de promoción de la RSE a través de redes internacionales, se puede observar que el 36,8%, el 26,3% y el 26,3% de los encuestados, aseguran estar totalmente y parcialmente en desacuerdo con que las cooperativas promueven la Responsabilidad Social Empresarial a través de las redes empresariales internacionales, especialmente en temas de respeto a los derechos humanos y preservación de medioambiente. Por su parte, un 5,3% y 5,3%, aseguraron lo opuesto, ya que respectivamente arguyeron, estar en parcial y total acuerdo.

El promedio logrado en este indicador fue de 2,16, situando al mismo, en una categoría inadecuada. Por lo tanto, los resultados no son coincidentes con lo instaurado en el Pacto Mundial

(1999) donde se establece que es una iniciativa voluntaria, mediante la cual las organizaciones adheridas se comprometen a promover la consecución de los derechos humanos, los estándares laborales, el medio ambiente y la anticorrupción, y que la divulgación y apoyo de la RSE a través de redes organizacionales de carácter internacional, se realiza especialmente en temas relacionados con el cuidado del medio ambiente y el respeto por los derechos humanos.

Finalmente, el promedio de los resultados obtenidos de los indicadores, de la subdimensión Comunidad global, se puede ver que el 36,8%, el 26,3% y el 21,1% respectivamente, aseguran estar totalmente y parcialmente en desacuerdo con la colaboración directa con organizaciones internacionales y la promoción de la RSE a través de redes internacionales. Sin embargo, un 10,5% y 5,3%, manifiestan lo contrario, ya que respectivamente argumentaron, estar en total y parcial acuerdo.

El promedio alcanzado en esta subdimensión, con base en los resultados obtenidos, correspondió a 2,26, lo cual, de acuerdo al baremo de interpretación, se encuentra en una categoría inadecuada. Por lo anterior, los resultados obtenidos para la subdimensión no concuerdan con Navarro, (2012) quien hace énfasis en el hecho de que la acción de una empresa puede originar sus consecuencias a mucha distancia de donde se ha originado. Las legislaciones y utilizaciones globales establecen un escenario apremiante de alusión para cualquier corporación transnacional.

**Tabla 3. Subdimensión: Comunidad Global.**

Indicador	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total		□
	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	F.A.	F.R.	
<b>Colaboración Directa con Organizaciones Internacionales</b>	7	36,8	5	26,3	3	15,8	1	5,3	3	15,8	19	100	2,37
<b>Promoción de la RSE a través de redes internacionales</b>	7	36,8	5	26,3	5	26,3	1	5,3	1	5,3	19	100	2,16
<b>Comunidad Global</b>	7	36,8	5	26,3	4	21,1	1	5,3	2	10,5	19	100	2,26

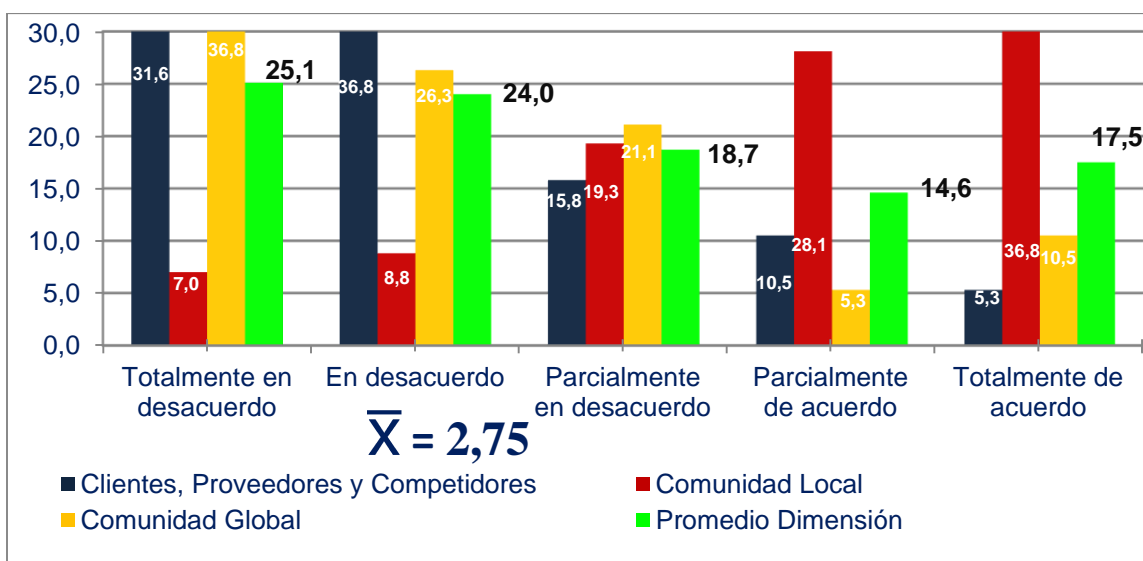
**Fuente:** Elaboración propia (2019)

A continuación, se presenta en la figura 1 el consolidado que hace referencia a la dimensión externa teniendo en cuenta los resultados de las Subdimensiones que la conforma (clientes, proveedores y competidores, comunidad local y comunidad global). La cual revela que el

promedio representado en un 25,1%, manifestó estar totalmente en desacuerdo. Igualmente, otro 24,0% manifestó estar en desacuerdo con lo anterior y un 18,7% asegura estar parcialmente en desacuerdo. A pesar de ello, un 17,5%, aseguró estar totalmente de acuerdo con la dimensión externa y finalmente, el 14,6% restante de la muestra, dice estar parcialmente de acuerdo.

El promedio logrado fue de 2,75; lo cual, según el baremo de Interpretación, significa que la dimensión externa se encuentra en una categoría medianamente adecuada, ya que, aunque en algunos aspectos, contribuyen en el desarrollo de acciones que las hace ser socialmente responsables, no cumplen del todo con el compromiso de ayuda al desarrollo económico y social de la comunidad y prácticas comerciales responsables con sus clientes, inversionistas, proveedores.

**Figura 1.** Dimension Externa



**Fuente:** Elaboración propia (2019)

Con lo anterior, se puede decir que los resultados de esta investigación, concuerda con lo expuesto por Chirinos, Fernández y Sánchez (2012) quienes consideran que las empresas pueden tener programas de Responsabilidad Social pero no garantiza que sean socialmente responsables, las empresas que en realidad son socialmente responsables comprenden el valor del bien común y el desarrollo sustentable.

### Conclusiones

De acuerdo a lo desarrollado en esta investigación, cuyo objetivo es describir el desempeño de la dimensión externa de la responsabilidad social en Cooperativas Multiactivas de la ciudad de Barranquilla y luego de haber obtenido los resultados y confrontados con los autores que sustentan las teóricas, se presentan a continuación las siguientes conclusiones:

Los resultados evidencian en la subdimensión de Clientes, Proveedores y Competidores, que el promedio que se obtuvo, fue de 2,21, siendo esta según el baremo de interpretación, una categoría inadecuada ya que a las cooperativas les hace falta tener una relación más estrecha con sus proveedores como es la de establecer convenios para realizar campañas en pro de mejorar los

problemas ecológicos que afectando a la comunidad. Asimismo, sus proveedores por lo general no cumplen con los requisitos de ser empresa de producción socialmente responsables

Con respecto a la subdimensión de Comunidad Local, hay que resaltar que de acuerdo al promedio alcanzado fue de un 3,79 punto, siendo esta, una categoría adecuada, lo que indica que estas cooperativas se preocupan por la comunidad local, la cual hacen un diagnóstico con el fin de analizar sus necesidades, y de esta manera contribuir a su desarrollo integral a través de aportes económicos para realizar proyectos comunitarios.

Por último, respecto a la subdimensión, Comunidad Global, el promedio alcanzado fue de 2,26, lo cual, de acuerdo al baremo de interpretación, se encuentra en una categoría inadecuada. Lo que indica que el 78,9% de los encuestados, están totalmente y parcialmente en desacuerdo en que las cooperativas colaboran directamente con las organizaciones internacionales que promueven la responsabilidad social.

Se puede decir que las Cooperativas Multiactivas de Barranquilla en su dimensión externa de la RSE, se encuentra en una categoría medianamente adecuada, ya que, aunque en algunos aspectos, contribuyen con el desarrollo de las relaciones de la responsabilidad social empresarial, no cumplen del todo con los compromisos y la ejecución de acciones tendientes con contribuir al desarrollo social y económico de la comunidad y en el desarrollo de buenas prácticas responsables con sus clientes, inversionistas, proveedores. Es decir, que, aunque tengan algunos programas, no son socialmente responsables, porque adolecen de otros ítems que son importantes dentro del campo de la RSE.

### Referencias bibliográficas

- Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Revista pensamiento & Gestión*, No 32. Universidad del Valle, sede San Fernando. ISSN 1657-6276
- Ahn, S., y Park, D. (2018). Corporate Social Responsibility and Corporate Longevity: The Mediating Role of Social Capital and Moral Legitimacy in Korea. *J Bus Ethics* **150**, 117–134 . <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3161-3>
- Andrews, K. (1971). *The concept of corporate strategy*. Homewood, IL, Dow Jones-Irwin.
- Asociación Española De Contabilidad y Administración De Empresas. (2003). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Madrid: AECA, 2003. 84 p. ISBN: 1577-2403.
- Baltera, P. y Díaz, E. (2005). *Responsabilidad Social Empresarial. Alcances y potencialidades en materia Laboral*. Cuaderno de investigación N° 25. En [www.dt.gob.cl/documentacion/1612/articles-88984\\_recurso\\_1.pdf](http://www.dt.gob.cl/documentacion/1612/articles-88984_recurso_1.pdf)
- Camacho, J. (2015). Las normas de responsabilidad social, su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, pp. 3-29.
- Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE), (2016). *Qué es la Responsabilidad Social Empresarial*. [http://www.ccre.org.co/upload/2art03\\_pdf](http://www.ccre.org.co/upload/2art03_pdf).
- Confecoop (2014). *Desempeño Sector Cooperativo Colombiano 2014*. Bogotá: Centro de Investigación del Cooperativismo, Confecoop.
- Chirinos, M.; Fernández, L., & Sánchez, G. (2012). Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables. *Razón y palabra*, 17(81).
- Esmailpour M. & Barjoei, S. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility and Image on Brand Equity. *Global Business and Management Research: An International Journal*. Pp. 55-66.

- Ferrer, M. (2013). La dimensión externa de la responsabilidad social empresarial de CANTV. *Telos*, vol. 15, núm. 3, pp. 388-399 Universidad Privada Dr. Rafael Bellosillo Chacín Maracaibo, Venezuela.
- Flores, D.; Bino, R. y Barroso, M. (2016). Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina) GCG Georgetown University – Universia, pp: 116-135.
- Garizabal, M. Otalora, J. y Mugno, A. (2017). Organizaciones solidarias: situación actual en los departamentos de Atlántico, Bolívar y Magdalena. 157-174. ISSN 1900-0642.
- Libro Verde (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas.
- Lindgreen, A., Córdoba, J., Maon, F. et al. Responsabilidad social empresarial en Colombia: dar sentido a las estrategias sociales. *J Bus Ethics* 91, 229–242 (2010). <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0616-9>
- Méndez, J. y Peralta, D. (2014). Reflexiones respecto a la responsabilidad social empresarial y la creación de valor económico desde la perspectiva de los proveedores. Cuadernos de administración. Universidad Javeriana. vol. 15 / no. 38
- Navarro, F. (2012). Responsabilidad Social Corporativa. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Naciones Unidas (2018), La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago
- Ormaza, J. ; Ochoa, J. ; Ramírez, F. y Quevedo, J.(2020). Responsabilidad social empresarial en Ecuador: Enfoque desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, volumen 26, numero 3. Pág. 175-193
- Pasricha, P., Singh, B. & Verma (2018), P. Ethical Leadership, Organic Organizational Cultures and Corporate Social Responsibility: An Empirical Study in Social Enterprises. *J Bus Ethics* 151, 941–958. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3568-5>Porter, M. (2011). Creación de valor compartido. México.
- Reyno, Manuel, (2006), Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva, tesis de grado MBA, Universidad Técnica Federico Santa María, Chile, 2006 disponible en internet. <http://www.eumed.net/libros/2008c/436/responsabilidad%20social%20empresarial%20como%20ventaja%20competitiva%20bibliografia.htm> [recuperado 25- Nov-2018]
- Scade, J. (12 de julio de 2017). Iniciativas europeas en Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial. Obtenido de Escuela de Organización Industrial: [http://www.eoi.es/wiki/index.php/Iniciativas\\_europeas\\_en\\_Responsabilidad\\_Social\\_y\\_Sostenibilidad\\_Empresarial](http://www.eoi.es/wiki/index.php/Iniciativas_europeas_en_Responsabilidad_Social_y_Sostenibilidad_Empresarial)
- Tamayo, M. y Tamayo, M. (2007). El proceso de la Investigación Científica. Cuarta Edición. Limusa Norieda Editores. ISBN 968-18-5872-7
- Thijssens, T., Bollen, L. & Hassink, H. (2015). Secondary Stakeholder Influence on CSR Disclosure: An Application of Stakeholder Salience Theory. *J Bus Ethics* 132, 873–891. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2623-3>
- Thomassen, J., Leliveld, M.C., Ahaus, K. et al. (2020). Prosocial Compensation Following a Service Failure: Fulfilling an Organization’s Ethical and Philanthropic Responsibilities. *J Bus Ethics* 162, 123–147. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3992-1>