

Diana Jimena Cano Díaz^{1*}

Juan Camilo Cardona Ramírez^{2*}

Artículo de revisión bibliográfica para optar al título de Especialista en gerencia financiera.

Docente

Vladimir Nova Rodríguez

Fundación Universitaria del Área Andina

Facultad de ciencias administrativas, Económicas y Financieras

Especialización en Gerencia Financiera

Bogotá D.C, marzo de 2020

^{1*} Administradora comercial. Corporación universitaria del Huila. Neiva – Huila. Dcano11@estudiantes.areandina.edu.co

^{2*} Economista. Universidad del Quindío. Armenia – Colombia. Jcardona95@estudiantes.areandina.edu.co

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA MIRADA DESDE EL SECTOR COOPERATIVO EN COLOMBIA

RESUMEN

Dadas las diferentes problemáticas que se presentan actualmente, donde un mercado globalizado y capitalista, en el cual prima el beneficio económico antes que otros aspectos, y donde las organizaciones se enfocan en ser competitivas, contemplando su finalidad simplemente como la de generar riqueza, el tema de la responsabilidad social empresarial toma cada vez más relevancia.

El sector cooperativo, un sector que desde su creación ha sido enfático en temas sociales, hoy en día no ha sido ajeno a todas las dificultades que las empresas enfrentan para poder subsistir en un mercado competitivo e individualista, donde para poder ser competir de forma adecuada, ha dejado de preocuparse en la forma en como realiza su actividad, trayendo esto consigo una pérdida de imagen notable del sector, y una disminución en su capacidad para atraer clientes (asociados), jugándole estas decisiones en contra, respecto a su intención inicial.

De esta manera, nace la RSE como un posibilidad para las cooperativas en Colombia de adoptar un mecanismo gerencial y estratégico, que puede ser pensado como un ejercicio comercial con la intención de obtener mayores beneficios del mercado, a través de acciones que mejoren la imagen de la organización, aumentando base de clientes (asociados), participación dentro del mercado objetivo, nichos de mercado nuevo, exención de impuestos que puede ser otorgada a la organización, y valor agregado de la marca.

Palabras claves

Cooperativa, responsabilidad social empresarial, valores, asociados, competitividad.

ABSTRACT

Given the different problems that are currently present, where a globalized and capitalist market, in which the economic benefit prevails before other aspects, and where organizations focus on being competitive, considering their purpose simply as that of generating wealth, the issue of corporate social responsibility is becoming more and more relevant.

The cooperative sector, a sector that since its creation has been emphatic on social issues, today has not been oblivious to all the difficulties that companies face in order to survive in a competitive and individualistic market, where to be able to compete properly, has ceased to worry about the way it carries out its activity, bringing about a noticeable loss of image of the sector, and a decrease in its ability to attract customers (partners), playing these decisions against, with respect to its initial intention.

In this way, corporate social responsibility is born as a possibility for cooperatives in Colombia to adopt a managerial and strategic mechanism, which can be thought of as a commercial exercise with the intention of obtaining greater profits from the market, through actions that improve the image of the organization, increasing customer base (partners), participation within the target market, new market niches, tax exemption that can be granted to the organization, and brand added value.

Key words

Cooperative, corporate social responsibility, values, partners, competitiveness.

INTRODUCCIÓN

Actualmente en un ambiente de mercado impulsado por el libre comercio y el capitalismo, donde las empresas se plantean día a día estrategias para ser más competitivas en busca de obtener una mayor cantidad de beneficios económicos, considerando que su único aporte hacia la sociedad debe estar dirigido a generar empleo y riqueza, las organizaciones han dejado de prestarle una debida atención a las externalidades que sus operaciones generan en las comunidades donde están ubicadas, dándole la posibilidad a un tema como la responsabilidad social empresarial (RSE) de obtener una mayor importancia en las organizaciones de diferentes países.

El sector cooperativo o de la economía social en Colombia no ha sido ajeno a toda esta dinámica que el mercado ha generado en las organizaciones, donde en la búsqueda por ser mucho más competitivas en términos económicos, su esencia y plus social que las ha caracterizado y distinguido de las empresas tradicionales desde sus inicios se ha visto comprometida en muchas ocasiones.

Es de esta manera que el sector cooperativo, dadas las diferentes medidas que han tomado buscando generar excedentes para la organización que han descuidado la forma en como realizan su actividad (producción, comercialización de productos o servicios, distribución de excedentes, entre otros aspectos), trayendo esto consigo un deterioro del valor en la reputación de este sector y un empeoramiento de la posición competitiva de estas empresas. Siendo en tal punto que en muchas ocasiones las personas, ya no las distinguen en su actuar respecto a las empresas tradicionales.

Dado este contexto, la RSE un tema que no es nuevo para el país, ni para estas organizaciones, nace actualmente con la posibilidad de instaurarse como una posible solución que puede ayudar a mejorar la imagen y competitividad de las cooperativas y organizaciones tradicionales en Colombia, a través de principios y valores que buscan promover una toma de decisiones con postura crítica y responsable en torno al impacto de sus operaciones, en pro de un

bienestar sostenible para todas las partes. Contando las cooperativas, por su institucionalidad en temas sociales con mayores ventajas para la adopción de estas medidas que la empresa tradicional.

Adicional a ello, la RSE puede ser establecida a nivel de Colombia en las cooperativas, como un mecanismo gerencial para la promoción organizacional y puede ser pensada como un ejercicio comercial con miras a obtener rentas dentro del mercado o beneficios de algún tipo; a través del aumento de bases de asociados y clientes, mediante la participación en el mercado de los objetivos de la organización, nichos de mercado completamente nuevos, gracias a la exención de impuestos que puede ser otorgada a la organización o de activos intangibles como el mejoramiento de la imagen pública de la empresa o simplemente la condición de valor agregado.

Es así de esta manera que este artículo de revisión bibliográfica nace con la necesidad de analizar la aplicación de la RSE en el sector cooperativo en Colombia, como una estrategia de negocio para este tipo de organizaciones, como se analiza cualquier estrategia comercial o financiera, ya que el propósito fundamental de la RSE se basa en generar acciones enfocadas en la solidaridad, la colaboración, el respeto y principalmente la responsabilidad de la organización, conductas que son intrínsecas de este sector solidario, pero que poco a poco se han venido deteriorando por los factores ya expuestos.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un tema que se ha tratado en Colombia desde diferentes dimensiones y sectores económicos hace ya un tiempo considerable, ya que es un tema que está vinculado directamente en las operaciones de todo tipo de las organizaciones. En las últimas décadas gracias al aumento del comercio y consumo generado por la globalización, el crecimiento en número de empresas de diferente actividad económica es cada vez más amplio, con conductas poco adecuadas. Trayendo todas estas acciones consigo en Colombia altos niveles de corrupción en las organizaciones, un estado débil en el control de todos estos incidentes. Perdiendo la confianza de sus habitantes, niveles de desigualdad cada vez más altos evidenciados en el desempleo y pobreza de muchos habitantes, problemas de deforestación y contaminación ambiental, y un sinnúmero de impactos con nula responsabilidad.

Dado este nuevo contexto mundial, el sector cooperativo en el país no es una actividad nueva, se puede relacionar desde el siglo anterior como un sector que se complementa con el sector público y con el sector capitalista tradicional, convirtiéndose desde sus inicios en un sector institucional, aportando soluciones a viejos y nuevos problemas en lo social, ambiental y económico.

La RSE busca de manera adicional a lo anterior recoger las contribuciones de las empresas a sus grupos de interés (clientes, empleados, proveedores, accionistas y comunidad en general) yendo más allá de las contribuciones únicamente relacionadas con la creación de valor.

Siendo así las cooperativas en Colombia desde su fundamento y estructura inicial un modelo claro de (RSE), el cual es necesario examinar en cómo ha evolucionado o involucionado en su accionar basado en este ítem de RSE dadas todas las condiciones adversas que se presentan en el país en diferentes temas socioeconómicos y ambientales que afecta drásticamente a las organizaciones, donde a pesar de ser un sector que se basa en pilares de empresa sin ánimo de lucro, su existencia depende netamente del comercio de bienes y/o servicios, y esta dependencia

lo ha llevado a transformarse en varios aspectos para lograr el fin de generar excedentes para la organización y sus integrantes, olvidando en muchos casos partes esenciales de su razón de ser.

Causas

La evolución del comercio generada por la globalización, y la mínima intervención por parte del estado fomentando el libre mercado del capitalismo, han traído consigo un mayor incremento de la actividad económica de diferentes sector en nuestro país desde el siglo anterior, presentándose constantemente en todo este la creación de nuevas empresas que al igual que las que ya existían buscan hacerse mella en el mercado a toda costa con la producción o distribución de bienes o servicios, sin importarle la sostenibilidad de los espacios donde operan, tratando de siempre acaparar la mayor ganancia.

El sector cooperativo no es ajeno a todos estos impactos que el mercado y el libre comercio han ocasionado en las empresas, convirtiendo en alguna u otra medida a las empresas de este sector en organizaciones “comunes” en el proceso de distribución, comercialización o transformación de bienes o servicios, comprometiendo en muchas ocasiones la esencia y el plus que las marcan u hacen diferentes en aspectos de bienestar común e intereses sociales frente a las otras organizaciones. Dado esto porque, aunque las cooperativas son unas empresas que su pilar fundamental es que su acción es sin ánimo de lucro, esto no significa que sus acciones contemplen el ánimo de pérdida.

Efectos

El actuar de diferentes sectores económicos que bajo diferentes medidas nunca han tenido consigo enfoques de sostenibilidad social, ambiental y económica, han sumido al país en gran cantidad de crisis que han perjudicado la calidad de vida de muchos habitantes de Colombia a beneficio de otros que actúan bajo actitudes individualistas y de acaparamiento excesivo.

El sector cooperativo desde sus inicios nació como un medio que busca persuadir la dinámica del mercado con acciones mucho más consientes, pero en un país y en una economía global que se basa en conceptos de eficiencia de mercado que busca que los agentes sean cada vez más competitivos para poder sobrevivir en este, han ocasionado que estas empresas pierdan su esencia y su plus social que desde el siglo pasado las había caracterizado y distinguido de todas las otras organizaciones.

Es así que este sector en base a las diferentes acciones que han adoptado para buscar ganar dinero, han descuidado la forma en que lo hacen, ocasionando esto consigo un deterioro del valor reputacional del sector (las personas no las distinguen en muchas ocasiones de las empresas del sector real), empeoramiento de la posición competitiva (puesto que estas organizaciones no cuentan con un musculo financiero ni un respaldo tan amplio para competirle a la gran empresa), ocasionando todo esto consigo una disminución en la capacidad para generar ingresos para las cooperativas.

OBJETIVO GENERAL:

Realizar un análisis de aplicación de responsabilidad social empresarial en el sector cooperativo en Colombia.

OBJETIVO(S) ESPECIFICOS:

Identificar las principales variables que afectan la aplicación de la responsabilidad social empresarial en el sector cooperativo en Colombia

Conocer ventajas y desventajas de la aplicación de la responsabilidad social empresarial dentro de las cooperativas en Colombia

Describir los factores de mayor influencia en la responsabilidad social empresarial en el sector cooperativo en Colombia

JUSTIFICACION

La responsabilidad social empresarial (RSE) no es un tema nuevo en las empresas, se ha buscado desarrollar desde hace ya un tiempo considerable en las organizaciones con el fin de ser parte activa de la solución a los problemas o retos que tiene la humanidad, dado de que estas desde siempre, han tenido un rol vital en la sociedad y en cómo se complementa esta, adicionalmente son el pilar fundamental del mercado y sus actividades afectan directa o indirectamente en el conjunto de las comunidades locales, nacionales y/o globales, al igual que en el medio ambiente.

Haciendo énfasis en lo anterior y en los conceptos plasmados por Howard Bowen en su libro *Social responsibilities of te businessman* entendemos a la (RSE) como a *“las obligaciones que tienen los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad”* (Bowen, 2014), Es evidente entonces que la función principal de la empresa es de naturaleza económica y su finalidad debe de ser de naturaleza social.

El sector cooperativo no es ajeno al proceso que la RSE busca implementar en la toma de decisiones de los negocios y en el desarrollo sustentable de sus operaciones, donde aunque este sector solidario desde sus inicios ha buscado siempre ser un sector institucional en temas sociales y ambientales, el direccionamiento que ha tenido en las últimas décadas dadas las exigencias en factores de producción, distribución y comercialización de bienes o servicios que los mercados presentan, ha sido totalmente opuesto al esperado por este tipo de organización, trayendo consigo esto una perdida notable de la reputación de este sector y un empeoramiento en la capacidad competitiva de las cooperativas.

De esta forma dada las diferentes problemáticas que la dinámica económica ha ocasionado en el sector cooperativo, nace la necesidad de analizar la aplicación de la RSE en este como una estrategia de negocio para este tipo de organizaciones en Colombia, como se analiza cualquier estrategia comercial o financiera, ya que el propósito fundamental de la RSE se basa en generar

acciones enfocadas en la solidaridad, la colaboración, el respeto y principalmente la responsabilidad de la organización, conductas que son intrínsecas de este sector, pero que poco a poco se han venido deteriorando por factores que los mercados y el comercio ocasionan en las empresas para poder subsistir.

Es así que este estudio busca investigar como la aplicación de la RSE en las cooperativas de Colombia de forma correcta puede corregir este problema que han tenido estas organizaciones en los últimos años, adoptando como factor de competitividad este factor que es voluntario, pero muy eficiente para las empresas que lo acoplan de forma correcta.

La investigación pretende examinar como la adopción de acciones responsables sociales y empresariales (RSE) por parte del sector cooperativo de Colombia, bajo una correcta aplicación, puede incidir en la competitividad de este tipo de empresa sin perder su objetivo y razón de ser, logrando ubicarse en mejores condiciones en el mercado frente a empresas tradicionales, mejorando nuevamente la reputación del sector y la imagen para tener una mayor acogida por parte de los usuarios del circuito económico.

ANTECEDENTES

Es una necesidad intrínseca del ser humano relacionarse con otros y por ello debe cumplir con ciertas de reglas mínimas de comportamiento, y estas obligaciones que cada individuo debe cumplir con los demás, se les denomina responsabilidades sociales.

La RSE surge en Estados Unidos a finales de los años 50 y principios de los 60, a raíz de la Guerra de Vietnam, y despierta el interés en los ciudadanos que consideran que, si realizaban determinada labor, colaboraban con el mantenimiento de determinados regímenes políticos o con ciertas prácticas políticas o económicas. Debido a lo anterior, la sociedad comienza a darse cuenta del impacto de las empresas y su entorno y exigen una mayor consideración de este efecto. Así nace la responsabilidad social empresarial, como una tendencia.

“El concepto Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es acuñado por primera vez en 1953 por el estadounidense Howard R. Bowen, economista americano y llamado padre de la RSE, en su obra "Social Responsibilities of the Businessmen" en la que el autor apelaba a la responsabilidad social de las corporaciones para producir, no sólo bienes y servicios, sino devolver a la sociedad parte de lo que ésta les había facilitado. La ética y los valores empresariales empiezan a tratarse en el mundo universitario y es en los años 60 y 70 cuando realmente se desarrolla el debate académico sobre los fines de la empresa”. (Bowen, 2014)

La RSE no es nuevo para el sector Cooperativo en Colombia, porque desde su creación la responsabilidad social cooperativa existe en la misma esencia de la Entidad, puesto que estas han nacido de las mismas comunidades y son socialmente responsables, debido a que se encuentran enmarcadas por valores y principios esenciales del cooperativismo: autoayuda, auto responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Según la tradición de los fundadores, el cooperativismo cree en los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad social y el cuidado de los otros. Estos valores son los elementos básicos de cualquier compromiso genuino y sostenido, de la RSE.

El sector Cooperativo ha sido pionero en el desarrollo y puesta en marcha de la RSE, tienen en cuenta que sus acciones favorecen a la gran mayoría de sus miembros, incluidos los trabajadores, la comunidad y el entorno donde desarrollan sus labores.

La RSE no es una perspectiva nueva para las sociedades cooperativas, este es un modelo intrínseco a su naturaleza. El rol del socio en las cooperativas (trabajadores, clientes, proveedores, etc.) hace que estos asuman diferentes roles, indispensablemente esta particularidad cooperativa facilita el desarrollo de la RSE en estas organizaciones. Los antecedentes de la Responsabilidad Social, se enlazan a los orígenes del hombre, la sociedad y el estado, por lo anterior; la Responsabilidad Social viene desde tiempos remotos, cuando el propio estado surtió en defensa de la estabilidad humana a través de la vida en sociedad.

“Una de las principales funciones de la gerencia financiera consiste en maximizar el patrimonio de los accionistas de la organización, por lo cual debe estar familiarizada con el ambiente en el cual la empresa se desenvuelve y ser capaz de adaptarse al entorno cambiante, si quiere que ésta sobreviva” (Chirinos, Leal Morantes & Cefalá, 2003, pág. 31)

Beatriz Herrera, decana nacional de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Cooperativa de Colombia, explicó que la responsabilidad social empresarial ha existido desde siempre en nuestro país, “considerada como la forma ética en que los hombres de negocios y empresarios asumían sus responsabilidades frente a la sociedad en la cual desarrollaban sus actividades económicas”. De esta manera en el tema de la RSE en el sector cooperativo menciona, como el trabajo asociado y ayuda mutua, con acciones responsables puede ser la forma en que las regiones y empresas pueden generar una prosperidad y distribución correcta para todas las partes.

Según Roberto Gutiérrez en su libro sobre responsabilidad social empresarial en Colombia, hace mención en que Colombia ha sido un país golpeado por la violencia, narcotráfico, conflicto armado, la responsabilidad social empresarial juega un papel muy importante debido a que es la contribución voluntaria al desarrollo, mejoramiento social, cultural y ambiental que aportan las

organizaciones a la comunidad, en nuestro caso, el sector Cooperativo viene inmersa en la esencia de las Cooperativas. (Villar, 2006, págs. 15-25)

Ángela Peña, docente del Politécnico Grancolombiano en el tema de RSE en Colombia hace énfasis en que, *“en los últimos 20 años se han empezado a realizar acciones más profundas en la relación empresa-sociedad como son los negocios en base de la pirámide y prácticas que buscan generar valor social sobre el valor económico como lo son los emprendimientos sociales”*. Adicional a ello hace mención en su investigación, en que las prácticas de RSE son relativamente jóvenes en el país y estas son llevadas a cabo en su mayoría, por la industria extractiva que es criticada en asuntos ambientales y sociales, como en algunos casos en las cooperativas de ahorro y crédito. (Peña A. , 2016, pág. 13)

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) está convencida en base a los estudios que ha realizado en los últimos años en el país que la RSE es iniciativa de los empresarios, como del sector solidario, que esta nace en sus objetivos y a la vez permite que se desarrollen sus conocimientos enmarcados dentro de los principios éticos de la Cooperativa. Donde se espera que los principios de libre empresa, se acoplen a conductas económicas y sociales más enfocadas en acciones responsables y comprometidas con las regiones. (ANDI, 2011, págs. 1-2)

Según Nullvalue en Colombia existen disímiles proyectos que buscan atender áreas de impacto social, como la educación, salud y medio ambiente, cada día son más las empresas que trabajan en pro del mejoramiento de la comunidad, como la falta de oportunidades para acceder a la educación; otras compañías con el fin del crecimiento personal y profesional de los habitantes de la misma.

MARCO TEÓRICO

El concepto de responsabilidad social corporativa no es nuevo. Es un enfoque que, según la literatura científica, está muy presente en las sociedades cooperativas y es fuente de singularidades de éstas.

De acuerdo con los planteamientos de la ley 79 (1988) una cooperativa se define así:

“Es la empresa asociativa sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general”. (normativo, 1988)

Las empresas contribuyen al crecimiento de un país y deben actuar con Responsabilidad Social Empresarial. (ISO 26000, 2010) Es por esto que el objetivo de la RSE en las empresas es *“contribuir al desarrollo sostenible”* (ISO 26000, 2010), lo que implica hacer todo bien para los accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, sociedad en general; también para la protección del medio ambiente.

El Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE 21 de 2008) en su informe de retos para la transparencia en las organizaciones empresariales, define la RSE como una voluntad global en pro del mejoramiento de las condiciones de todos los agentes sociales que de una u otra forma interactúan con la organización. Donde a su vez, el concepto resalta la relevancia de un comportamiento socialmente responsable, en pro de una mayor obtención de beneficios económicos. (Forética, 2017, pág. 6).

No siempre ha existido en las empresas conciencia sobre lo que compete en la solución, mitigación o compensación que deben asumir por operar en determinados territorios, respecto a las externalidades negativas que sus operaciones generan, de hecho, la conciencia empresarial ha estado ligada siempre a la idea de que su aporte a la sociedad se encuentra enfocado en generar

empleo y riqueza, y lo que no le reporte ingresos parece que no mereciese su atención. (Schlesinger & Alvarado, 2008, págs. 5-8).

Alvarado y Schlesinger además sugieren que la correcta aplicación de las acciones y programas de la RSE en las empresas de diferentes sectores, podrían mejorar drásticamente la imagen y reputación de las empresas ante los ojos de los consumidores, y generar una fuente de ventaja competitiva para las mismas.

Cooperativismo y responsabilidad social de la empresa

Las empresas cooperativas (de la economía solidaria), al igual que las empresas capitalistas pueden y deben desarrollar programas de RSE, y comunicarlo a sus grupos de interés, sin embargo, las cooperativas dados sus principios y valores, se encuentran mejores enfocadas a estos objetivos y por ende es que resulta doblemente importante para estas empresas desarrollar políticas explícitas en esta materia. (Maruri, Monzon, & Isidro, 2012, págs. 10-23)

Los autores realizaron un estudio en el que se presentaban 20 casos de cooperativas de España que se enfocaban en atender diferentes actividades económicas pero que deseaban realizar la adopción de diferentes políticas de RSE y como estas iban a repercutir en las cooperativas. (Maurori et al., 2016)

Según los autores las organizaciones que analizaron no tuvieron dificultades para la implementación de estas medidas, dado por que la misión y visión de las cooperativas del estudio se encaminaban a los objetivos de la RSE, destacan la parte ambiental, la cual según los autores se encuentra totalmente cubierta por estas entidades, y el mejoramiento de la imagen que todas estas empresas han tenido en sus sectores. Encaminan el estudio como una guía para que las cooperativas de otros países adopten la aplicación de la RSE, como su factor diferencial positivo frente a las empresas con las que compiten.

Responsabilidad social empresarial en las cooperativas de ahorro y crédito en Chile

Parafraseando al autor de esta investigación (Victor Castro, 2015, pág. 12) doctor en Economía social de la universidad de Valencia, La RSE aparece como una herramienta para visibilizar el aporte que las empresas de la economía social en general pueden generar en el desarrollo de un país, donde las características diferenciadoras centradas en el valor de la persona y no en el capital, hacen pensar que cuentan con todas las condiciones para que la aplicación de la RSE pueda transformarse en una ventaja competitiva frente a la banca (empresa) tradicional, y generar un mayor valor reputacional frente a un amplio sector de la sociedad que hoy no comparte las cooperativas.

Aumentando de esta forma su cuota de mercado y por otra parte masificando el modelo de desarrollo cooperativo basado en valores y principios que cada día son más demandados por los ciudadanos que requieren mayor igualdad y democracia económica. (Victor Castro, 2015, págs. 15-16)

Responsabilidad social en las empresas cooperativas en Colombia

Las autoras (Aldana & Mendez, 2016, págs. 4-7) en su investigación, hacen énfasis que en Colombia las organizaciones que aplican la RSE de forma correcta generan que la población les tenga confianza. Considerando que este factor aplicado de forma correcta, puede jugar una doble partida para la entidad, pues mejorara su imagen interna y externa, por ende, la competitividad y generación de mayores beneficios económicos para la organización.

Según la autora, para las cooperativas en Colombia por sus principios y valores, la adopción de la RSE puede ser llevada de una forma más fácil, y esta podría ser parte integral de la estrategia del negocio. Adicional a ello, en base a lo mencionado en la investigación la autora hace mención que los principales impedimentos que una cooperativa puede tener en la adopción correcta de la RSE, se basan en todos los problemas sociales, ambientales y económicos que vive el país. Pero

estos deberían ser, por lo contrario, la motivación para la correcta aplicación de este factor en estas organizaciones.

La autora concluye su estudio afirmando que la RSE en las empresas cooperativas en Colombia, puede generar un impacto positivo frente a las organizaciones con ánimo de lucro, ya que todas estas acciones contribuyen además del bien común, a la sostenibilidad socio-económica de la misma. Pero adicional a ello como desventaja se resalta que esto no es un proceso que se adopte en poco tiempo, y requiere por parte de la organización grandes esfuerzos para la correcta aplicación.

La responsabilidad social empresarial: una mirada desde el cooperativismo

Según los autores (Franco & Betancur, 2013, págs. 2-8) esta investigación se enfoca en dar respuesta a como se entiende la RSE en el sector cooperativo, y que practicas debe llevar una entidad cooperativa, en el caso del estudio; financiera, para poderle dar cumplimiento a lo planteado.

El estudio hace referencia a factores que hacen deseable pero que de alguna manera pueden impedir la correcta aplicación de la RSE, donde se hace énfasis en la pobreza que vive el mundo y Colombia actualmente, la desigualdad que se presenta en el país, la deforestación, contaminación y emisiones de carbono que cada vez son más amplias. Y un sinnúmero de problemas adicionales que no se mencionan pero que de alguna forma pueden ocasionar inconvenientes en la aplicación de la RSE en estas organizaciones.

En los resultados del estudio autores hacen mención que, según la misión y visión de la cooperativa, CONFIAR, esta entidad cuenta con toda la capacidad para lograr adoptar la RSE de forma eficiente y convertir esta en un factor que en lo interno la haga más competitiva y en lo externo haga que la entidad sea mucho más responsable y en su medida ayude a generar soluciones sostenibles. Contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los agentes que intervienen en su actividad o fin económico. (Franco et al., 2013)

Factores que inciden en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial.

José Martínez Villavicencio en su estudio realizado en 2015, hace énfasis en los factores que impulsan y pueden incidir en la implementación de la RSE en las organizaciones empresariales. (Martínez, 2015, pág. 2)

En su investigación considera los siguientes como los factores que inciden en la RSE: Los consumidores (asociados), ya que son quienes poseen la capacidad adquisitiva para adquirir los bienes o servicios ofertados. Los proveedores; dado que estos son los que realizan la integración dentro de la cadena de valor. Comunidad; dado que es el grupo social que se afecta de la operación de la empresa. Medio ambiente; En un sistema donde el consumo es un factor que incide sobre el estilo y la calidad de vida, las empresas son vistas como actores centrales de la sostenibilidad del ambiente.

Financiamiento: Los recursos financieros, pueden ser los impulsores de comportamientos responsables. Competitividad: Las organizaciones siempre buscan ser competitivas, esta puede verse estimulada por prácticas responsables. (Martínez, 2015, págs. 10-17)

Plan de responsabilidad social empresarial cooperativa financiera CONFIAR

Haciendo énfasis en lo propuesto por los autores de esta investigación, se comenta que las empresas en especial las cooperativas, hoy se están dando cuenta que el éxito de su actividad no depende solo de la obtención de excedentes, sino que se requiere contribuir de forma asertiva con todos los que participan en ellas para hacerlas más competitivas y poder enfrentar de una mejor forma un mundo cada vez más globalizado.

Buscando manejar la ventaja que tienen por su constitución y valores, en la aplicación de la RSE. (Hernandez & Gamba, 2018, pág. 12)

De esta manera los autores buscan abordar un plan de competitividad para esta cooperativa colombiana, adoptando a la RSE más como una ventaja y una oportunidad para que las organizaciones solidarias logren competir de una manera más eficiente sin olvidar los valores fundamentales de la organización; sus asociados. Finalizan investigación mostrando que plan de RSE se acopla totalmente a misión, visión y objetivos de la organización.

Responsabilidad social empresarial en Colombia, una visión actual frente América Latina

Según el autor (Peña, 2018, pág. 208):

“La problemática en la implementación de la RSE dada en Colombia, se caracteriza en que para las empresas la responsabilidad social es una de las estrategias más utilizada como enlace de la organización con el medio social, incremento de la competitividad, promotora del aumento del “good will” y “potencializadora” en la obtención de beneficios de imagen. La RSE es poco utilizada como estrategia para la mejora del clima y la cultura organizacional, el incremento del sentido de pertenencia y la motivación; esto por la ausencia de políticas claras en la empresa para este fin, además porque incorporan la Responsabilidad Social Empresarial con iniciativas informales y no se gestiona como un sistema, sino que hacen parte de los controles de gestión ambiental o de seguridad industrial y salud ocupacional.”

Es así que muchas de las cooperativas pueden presentar limitaciones para alcanzar todos los compromisos adquiridos con las partes interesadas, aunque estos planes en muchas ocasiones siguen sus principios; presentando falencias a la hora de documentar y llevar seguimiento de sus acciones, con falencias para el control y el seguimiento estas. Es así que, aunque este factor puede ser una ventaja muy amplia para este sector, el no tener en cuenta las diferentes problemáticas mencionadas anteriormente, la RSE puede tener muchas variables que afecten en su aplicación.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

El objetivo general de esta revisión bibliográfica se enfoca en realizar un análisis de aplicación de responsabilidad social empresarial en el sector cooperativo en Colombia, a partir de las investigaciones que diferentes autores han concluido sobre el tema en mención.

(Schlesinger & Alvarado, 2008) Sugieren que la correcta aplicación de las acciones y programas de la RSE en las empresas de diferentes sectores, podrían mejorar drásticamente la imagen y reputación de las empresas ante los ojos de los consumidores, y generar una fuente de ventaja competitiva para las mismas.

(Maruri, Monzon, & Isidro, 2012) Sugieren en su estudio que las cooperativas desde sus principios y valores, se encuentran mejor equipadas para la correcta aplicación de la RSE, donde por su carácter social es doblemente importante para estas organizaciones acoplar todos estos programas. Haciendo énfasis en que la manera en como estas empresas articules la RSE puede jugar un papel muy importante en la imagen de la organización, siendo un factor diferencial positivo frente a las empresas tradicionales con las que compiten en sus actividades diarias.

(Victor Castro, 2015) Sugiere en su estudio la aplicación de la RSE como una herramienta para visibilizar el aporte que las empresas de la economía social pueden generar en el desarrollo de un país, adicional a ello en su investigación hace énfasis en que la aplicación de la RSE depende mucho de la misión y visión de la cooperativa que desee acoger esta herramienta, donde en base al direccionamiento de estos factores, estas organizaciones pueden aumentar su cuota de mercado y competitividad a través de un mejoramiento de imagen frente a los consumidores generado por acciones responsables.

(Aldana & Mendez, 2016) En su estudio hacen énfasis en que las cooperativas que en Colombia aplican la RSE de forma correcta generan que la población les tenga confianza, considerando que este factor puede jugar una doble partida para la entidad, pues mejora su imagen, y por ende su competitividad y adicionalmente genera una sostenibilidad socio económica para la entidad.

(Franco & Betancur, 2013) Enfocan su investigación en las prácticas que debe generar una entidad cooperativa para dar cumplimiento a una correcta aplicación de la RSE en Colombia. En su estudio la autora hace mención a los factores que hacen deseable la implementación de la RSE (problemáticas sociales, ambientales y económicas del país) pero que de alguna manera también pueden impedir la aplicación de ella. Adicional a ello autores hacen mención a que el logro de la adopción de la RSE de forma correcta también depende mucho de la misión y visión de la organización.

(Martinez, 2015) En su estudio se enfoca en determinar los factores que impulsan e inciden en la implementación en las organizaciones de la RSE, considerando a los consumidores (asociados), proveedores, comunidad, medio ambiente, recursos financieros, competitividad, como los factores que inciden en la aplicación de la RSE en las empresas.

(Hernandez & Gamba, 2018) Demuestran en su estudio que las empresas cooperativas, hoy se están dando cuenta que el éxito de su actividad no depende solo de la obtención de excedentes, sino que para este se requiere contribuir e incluir de forma asertiva a todos los agentes que participan en su actividad, buscando de esta forma poder enfrentar un mercado cada vez más globalizado.

(Peña, 2018) En su investigación concluye haciendo relación a que la RSE debe ser vista como una estrategia que le permita a la organización mejorar el clima y la cultura organizacional, incrementando el sentido de pertenencia y la motivación por parte de los colaboradores, siendo un enlace para la organización con el medio social, y promotora de incremento de la competitividad y beneficios de imagen. Y como toda estrategia necesita ser medida y planeada de forma eficiente para lograr generar una correcta aplicación, donde debe ser un proceso que se acople en la organización con mucha conciencia y control para no presentar muchos errores.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Actualmente las empresas cooperativas de Colombia se han visto afectadas por múltiples factores ocasionados por la dinámica del mercado (globalización), donde por buscar ser más competitivas han desviado sus principios y valores, obteniendo resultados totalmente contrarios, resumidos en pérdida de su imagen frente a los consumidores (asociados) y baja competitividad.

Es así, que en base a los diferentes autores consultados para la generación de esta investigación, podemos hacer mención a que casi todos ellos hacen referencia a la contribución que una correcta aplicación de la RSE en las empresas del sector cooperativo o tradicional, puede generar en la imagen y en la competitividad de las organizaciones, donde las empresas del sector cooperativo por su institucionalidad en temas sociales se encuentran mejores equipadas para los retos que estas acciones exigen. Siendo de esta forma la RSE, un claro modelo que puede generar una ventaja competitiva para este tipo de organización. Aspectos que compartimos totalmente.

Donde agregado a ello se deben tener en cuenta diferentes factores (externos e internos) que pueden afectar la correcta aplicación de la RSE en las cooperativas de Colombia.

Para la aplicación de la RSE en las cooperativas colombianas hay factores que influyen positiva y negativamente, varios autores hacen énfasis en que la adopción correcta de estas medidas depende de los actores que se hacen partícipes en la actividad de la organización principalmente. Desde el punto de vista de nosotros, la correcta aplicación de la RSE en las cooperativas se debe y parte en el cómo se encuentra dirigida la misión, visión o valores de la organización, puesto que esta determina el accionar y las estrategias utilizadas por parte de la organización en el mercado y en como sus acciones van a estar dirigidas a sus asociados y grupos de interés, los cuales son su razón de ser.

Donde, aunque estos valores tuvieron que ser constituidos en base a los principios del cooperativismo, en el país existen cooperativas que se dedican a múltiples y diferentes actividades, y los escenarios de cada una de estas organizaciones pueden variar drásticamente según el sector

donde operan. Siendo de esta manera para nuestra investigación, este ítem considerado como el principal pilar o directriz que se debe tener en cuenta para la aplicación correcta de la RSE en estas organizaciones. Y también como una de sus principales ventajas, pues estos casi siempre dada la característica social del sector solidario se encuentran enfocados en el bienestar común.

Es así que, en base a lo proporcionado por los autores, consideramos claramente que la RSE debe ser vista en las empresas cooperativas como una estrategia comercial o de mercado y un “puente” para cumplir con la trazabilidad social y de ejemplo que se espera de estas organizaciones, donde dadas las diferentes problemáticas (sociales, ambientales y económicas) que actualmente el país atraviesa, puedan estar a la altura y mejorar favorablemente su imagen.

Confirmando así esta investigación el cómo las acciones enfocadas en cumplir el objetivo social de la empresa cooperativa, buscando beneficiar a sus grupos de interés, a través de medidas que busquen mejorar el clima y la cultura organizacional en lo interno de la organización, y labores que retribuyan a las externalidades producidas en las comunidades, actuando de forma positiva con el medio social y ambiental, puede traer consigo un desarrollo socio-económico sustentable y muy rentable para estas organizaciones, recuperando de esta manera la imagen y competitividad que han perdido al actuar como una empresa tradicional.

CONCLUSIONES

Al finalizar esta revisión bibliográfica, se realizó un análisis de aplicación de responsabilidad social empresarial en el sector cooperativo de Colombia, con un nivel muy satisfactorio de respuesta, donde este sector debido a las diferentes adaptaciones a las cuales se ha tenido que ver expuesto por la dinámica de un mercado que busca empresas cada vez más competitivas, encuentra en la responsabilidad social empresarial (RSE) un tema que no es nuevo para este tipo de empresas, pues sigue totalmente sus principios y valores sociales, la herramienta para poder enfrentar la volatilidad del mercado sin descuidar su objetivo social.

Hoy en día en un ambiente de mercado capitalista, donde para la mayor parte de las organizaciones prima la generación de beneficios económicos, y en su consideración plantean que su aporte hacia la sociedad simplemente se basa en generar empleo y riqueza, las empresas que logran adoptar medidas enfocadas en el bienestar común logran obtener una mayor competitividad y sostenibilidad económica, a través de la favorabilidad en su imagen, y un clima organizacional motivado.

Las cooperativas en Colombia dada su característica social, se encuentran mejor equipadas para la adopción de estas medidas frente a las empresas tradicionales, pero toda la aplicación de este proceso de la RSE depende de factores como lo son valores (misión y visión) de la organización, puesto que estos determinan cómo o hasta donde espera la organización impactar responsablemente en las personas que se encuentran relacionadas con su actividad, y las diferentes estrategias que estas organizaciones van a adoptar para lograr sus objetivos.

De esta manera las cooperativas del país pueden y deben acoplar a la RSE como una estrategia comercial o del negocio, concluyendo en que esta se encuentra en su razón de ser, puesto que dado que según los autores citados anteriormente y diferentes investigaciones, aseguran que este factor mejora la imagen y la competitividad de la organización, el simple hecho de lograr repercutir de forma responsable en sus trabajadores, comunidades, proveedores, medio ambiente y en su reputación, son variables que deben motivar a estas empresas solidarias a adoptar estas acciones. Siendo adicional la RSE una estrategia en pro del mejoramiento continuo.

Donde, aunque existan diferentes problemáticas ambientales (deforestación, contaminación), sociales (corrupción, violencia) y económicas (desempleo, pobreza, etc.) en el país, que actualmente puedan de forma adicional limitar todo este proceso en las cooperativas, estos factores por lo contrario deben ser un elemento que motiven aun más a estas organizaciones a acoplar todas estas medidas en pro del bienestar común de sus grupos de interés.

Bibliografía

- Carolina Aldana & Paula Mendez. (2016). Responsabilidad social en las empresas cooperativas en Colombia. *RepositoryUcc*.
- Lizet Carolina Aldana. (2016). Responsabilidad social en las empresas cooperativas. *Universidad cooperativa de Colombia*, 5 - 6. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5208/1/Responsabilidad%20Social%20en%20las%20Empresas%20Cooperativas.pdf>
- Alvarado & Schlesinger. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de carrol". *universidad icesi*, 37-51.
- ANDI. (2011). Declaración sobre la responsabilidad social del empresario. *ANDI*, 1-2.
- Attalla A. & Carrigan M. (2001). The myth of the ethical consumer – do ethics matter in purchase behaviour? CARRIGAN, M., ATTALLA, A. *Journal of Consumer Marketing*, nº 7, 560-578.
- Berrio. (2013). Responsabilidad Social Empresarial, ¿compromiso con la comunidad o estrategia de mercadeo? *Mercatec*, 71.
- Bibiana Franco & Cristian Betancur. (2013). La responsabilidad social empresarial: una mirada desde el cooperativismo. *Ceipa*.
- Chirinos, Leal Morantes & Cefalá. (2003). Estrategias de crecimiento empresarial aplicadas por hipermercados. *Universidad el zulía*.
- Comisión de las comunidades Europeas. (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas,. *Libro verde*.
- DANE. (2020). *Gran encuesta integrada de hogares*. Bogotá: DANE.
- Fecher F. & Chaves, R. & Monzon. (2012). "Introduction: Recent trends in social economy. *Annals of Public and Cooperative Economics*.
- Forética. (2017). Sistema de gestión ética y socialmente responsable. *forética*, 6-10.
- Howard R. Bowen. (2014). *Social Responsibilities of the Businessman*. University of Iowa Press.
- ISO. (2010). ISO 26000: 2010 Guía de responsabilidad social . *OBP*.
- J, B. (1990). "Concepto y agentes de la Economía Social". *CIRIEC-España*, 109-117.
- Jose Martinez. (2015). Factores que inciden en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial. *scielo*, 6.

- Maruri, José Luis Monzon, Isidro Antuaño. (2012). Cooperativismo y responsabilidad social de la empresa. *Ciriec España*.
- Milton Hernandez. Gamba Robinson. (2018). PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COOPERATIVA FINANCIERA CONFIAR. *Universidad nacional abierta y a distancia*, 65.
- Monzon, J. & Chaves, R. (2012). La Economía Social en la Unión Europea. *CIRIEC y Comité Económico y Social Europeo*.
- Néstor Alfonso Rodríguez. (2008). Responsabilidad social y sector solidario. *Universidad de la salle*, 9.
- normativo, G. (23 de Diciembre de 1988). *Función pública*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9211>
- Peña, Angel. (2016). El tema de la responsabilidad social de la empresa colombiana. *Unilibre*.
- Peña, D. M. (2018). Responsabilidad social empresarial en Colombia, una visión actual frente a Latinoamérica y España. *Universidad nacional*.
- RAE. (s.f.). *Real Academia española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/responsabilidad>
- Schlesinger, Alejandro Alvarado . (2008). Dimensionalidad De La Responsabilidad Social Empresarial Percibida Y Sus Efectos Sobre La Imagen Y La Reputación: Una Aproximación Desde El Modelo De Carroll. *ScienceDirect*, 37-59.
- Victor Castro. (2015). Responsabilidad social empresarial en las cooperativas de ahorro y crédito en Chile. *Rulescoop*, 13.
- Villar, R. G. (2006). *Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia*. Bogotá: Printed in Colombia.