



Creación de valor compartido en
organizaciones cooperativas de la
región Caribe colombiana



Daza Corredor, Alexander

Creación de valor compartido en organizaciones cooperativas de la región Caribe colombiana / Alexander Daza Corredor, Madelin Sánchez Otero, Omaira Bernal Payares. -- 1a. ed. -- Santa Marta : Universidad del Magdalena, 2019.

218 p. -- (Ciencias sociales. Administración y negocios)

Incluye datos biográficos de los autores en la cubierta. -- Contiene referencias bibliográficas al final de cada capítulo. -- Texto en español con resúmenes en inglés.

ISBN 978-958-746-238-8 -- 978-958-746-173-2 (pdf) -- 978-958-746-239-5 (epub)

1. Cooperativas - Caribe (Región, Colombia) 2. Iniciativa de valor compartido - Colombia I. Sánchez Otero, Madelin II. Bernal Payares, Omaira III. Título IV. Serie

CDD: 658.047 ed. 23

CO-BoBN- a1053299

Primera edición, noviembre de 2019

© UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

Editorial Unimagdalena

Carrera 32 No. 22 - 08

Edificio Mar Caribe, primer piso

(57 - 5) 4217940 Ext. 1888

Santa Marta D.T.C.H. - Colombia

editorial@unimagdalena.edu.co

<https://editorial.unimagdalena.edu.co/>

Colección Ciencias Sociales, serie: Administración y negocios

Rector: Pablo Vera Salazar

Vicerrector de Investigación: Ernesto Amarú Galvis Lista

Coordinador de Publicaciones y Fomento Editorial: Jorge Enrique Elías-Caro

Diseño editorial: Luis Felipe Márquez Lora

Diagramación: Eduard Hernández Rodríguez

Diseño de portada: Andrés Felipe Moreno Toro

Corrección de estilo: Catalina Marín

Santa Marta, Colombia, 2019

ISBN: 978-958-746-238-8 (impreso)

ISBN: 978-958-746-173-2 (pdf)

ISBN: 978-958-746-239-5 (epub)

DOI: 10.21676/9789587462388

Impreso y hecho en Colombia - Printed and made in Colombia

Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.S. - Xpress Kimpres (Bogotá)

El contenido de esta obra está protegido por las leyes y tratados internacionales en materia de Derecho de Autor. Queda prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio impreso o digital conocido o por conocer. Queda prohibida la comunicación pública por cualquier medio, inclusive a través de redes digitales, sin contar con la previa y expresa autorización de la Universidad del Magdalena.

Las opiniones expresadas en esta obra son responsabilidad de los autores y no compromete al pensamiento institucional de la Universidad del Magdalena, ni genera responsabilidad frente a terceros.

CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO



EN ORGANIZACIONES COOPERATIVAS
DE LA **REGIÓN CARIBE** COLOMBIANA

ALEXANDER DAZA CORREDOR
MADÉLIN SÁNCHEZ OTERO
OMAIRA BERNAL PAYARES

Tabla contenido

Introducción.....	11
--------------------------	-----------

Capítulo I

Creación de valor compartido: introducción al caso de las organizaciones del sector cooperativo.....	15
Referencias bibliográficas.....	20

Capítulo II

Creación de valor compartido: revisión de sus antecedentes	23
Resumen	23
Abstract.....	24
Introducción	25
Metodología.....	26
Análisis e investigación teórica sobre creación de valor compartido.....	27
Conceptualización y enfoque de los estudios realizados sobre creación de valor compartido.....	36
Dimensiones para el estudio de la creación de valor compartido.....	38
Conclusiones	44
Referencias bibliográficas.....	45

Capítulo III

Consideraciones teóricas sobre la creación de valor compartido en el contexto de las organizaciones cooperativas.....	51
--	-----------

Resumen	51
Abstract.....	52
Introducción	53
Referentes teóricos	55
Organizaciones cooperativas.....	55
Principios cooperativos.....	57
Clasificación de las cooperativas	59
Metodología	63
Resultados	65
Cooperativismo y responsabilidad social	65
El cooperativismo como modelo de negocio para la creación de valor compartido.....	70
Conclusiones.....	77
Referencias bibliográficas.....	80

Capítulo IV

Entorno territorial y empresarial de las cooperativas en la región Caribe colombiana.....	87
Resumen	87
Abstract.....	89
Introducción	90
Entorno territorial y empresarial de las cooperativas en la región Caribe colombiana.....	93
Entorno general.....	94
Economía solidaria, economía del futuro como factor clave para el crecimiento de Colombia	95
Entorno territorial.....	97
Niveles de las cooperativas de la región Caribe	99

Las cooperativas como organizaciones de economía social y la gestión que promueven	101
Modelo de desarrollo y cooperativas en el marco de su participación en el sector productivo	107
Conclusiones.....	113
Referencias Bibliográficas	115

Capítulo V

Creación de valor compartido en organizaciones cooperativas: resultados	119
Resumen	119
Abstract.....	120
Introducción	121
Metodología.....	124
Resultados	125
Reconcebir el producto y el mercado	125
Redefinición de la productividad de la cadena de valor	137
Permitir el desarrollo del clúster	156
Conclusiones.....	167
Referencias bibliográficas.....	168

Capítulo VI

Modelo de creación de valor compartido para las organizaciones cooperativas de la región Caribe colombiana	171
Resumen	171
Abstract.....	172

Introducción	173
Marco referencial.....	175
Creación de valor	176
Dinámica para la creación de valor compartido (MCVC).....	178
Redefinición de productos y mercados.....	179
Redefinición de la cadena de valor	182
Creación de clúster	186
Metodología	188
Resultados	188
Modelo de creación de valor compartido	192
Inteligencia organizacional	193
Contrastación del mapeo de grupos con los intereses de las cooperativas	194
Redefinición de productos y mercados.....	196
Redefinición de las estructuras y procesos de la cadena de valor.....	197
Planes para la definición de las alianzas estratégicas.....	199
Compartir valor	200
Valoración de impactos.....	201
Conclusiones.....	203
Referencias bibliográficas.....	204

Capítulo VII

Creación de valor compartido: una conclusión sobre sus implicaciones para las organizaciones del sector cooperativo	209
Referencias Bibliográficas.....	216

Introducción

Las empresas cada vez han tomado más conciencia de la gran importancia de ubicar una estrategia de negocio que combine el crecimiento y desarrollo empresarial con la prosperidad social. Este modelo de negocio es conocido en el ámbito académico y profesional como Creación de valor compartido (en adelante, CVC). Esta propuesta es una forma de hacer negocios que establece cómo lograr un mejor desempeño económico e impactar positivamente en la sociedad. Bajo esta lógica las utilidades de las empresas se incrementan de manera similar al progreso social y al desarrollo sostenible del entorno. Las estrategias de CVC pueden llegar a ser tan sostenibles en términos de ventaja competitiva como las mejoras al producto o la racionalización de costos. Aunque el concepto de CVC ha sido pensado inicialmente para aplicarlo en el ámbito de la empresa, este es un concepto demasiado amplio que incluso podría resultar de gran utilidad para organizaciones de otra naturaleza económica como las cooperativas, las cuales son una forma de organización basada en la superación de las necesidades básicas en el marco de las economías sociales.

Pero, ¿cómo pueden las organizaciones del sector cooperativo “crear valor compartido”? Es precisamente esta pregunta la que orientó el desarrollo del proyecto de investigación “Creación de valor compartido en organizaciones cooperativas de la región Caribe colombiana”,

realizado en el marco de las actividades de la Red Caribe de Investigación en Administración y Organizaciones –Recdiao–. Dicho proyecto se realizó con la participación de las instituciones que forman parte de la Recdiao, representadas por los investigadores y coinvestigadores que contribuyeron desde sus capacidades académicas al logro de tan importante objetivo. Así, este libro es resultado del esfuerzo de las universidades participantes por desarrollar estrategias de cooperación en investigación que faciliten el aprovechamiento de las capacidades institucionales.

El libro se divide de la siguiente manera: en el primer capítulo se introduce el concepto de CVC, bajo el título de *Creación de valor compartido: Introducción al Caso de las Organizaciones del Sector Cooperativo*. Este capítulo describe la necesidad de alinear estrategias empresariales y recursos para generar beneficios en la sociedad, proceso que nace de varios investigadores de diferentes universidades del Caribe colombiano. El segundo capítulo, *Creación de valor compartido: revisión de sus antecedentes*, describe el entorno territorial y empresarial de las zonas en las que se encuentran ubicadas las cooperativas, haciendo también una aproximación al concepto de CVC. El siguiente capítulo, por su parte, aborda las *Consideraciones teóricas sobre la creación de valor compartido en el contexto de las organizaciones cooperativas*, explicando las características generales de este tipo de organizaciones y la forma en que dicha propuesta puede ser vista desde el contexto de las organizaciones cooperativas. El cuarto capítulo da cuenta del *Entorno territorial y empresarial de las cooperativas en*

la región Caribe colombiana y apunta a evaluar el entorno territorial y empresarial de las cooperativas de esta zona del país. En el quinto capítulo, denominado *Creación de valor compartido en organizaciones cooperativas: resultados*, se analizan los resultados de un conjunto de encuestas realizadas a personal directivo de cooperativas que colaboraron en esta investigación. En el sexto capítulo se expone un *Modelo de creación de valor compartido para las organizaciones cooperativas de la región Caribe colombiana*, el cual evidencia el diseño de un modelo de CVC dirigido a las cooperativas en la región Caribe colombiana. Por último, se presenta el capítulo *Creación de valor compartido: una conclusión sobre sus implicaciones para las organizaciones del sector cooperativo*, en el que se se exponen, a manera de síntesis, las principales implicaciones de la propuesta de creación de valor compartido para las organizaciones cooperativas.

Capítulo I

Creación de valor compartido: introducción al caso de las organizaciones del sector cooperativo

Alexander Daza Corredor¹, Jorge E. Chaparro Medina²,
Isabel Cristina Rincón Rodríguez³

El panorama al que se asiste finalizando el siglo XX e inicios del XXI marca la orientación hacia la construcción de modelos que conciben, expliquen y orienten el papel de las empresas, determinando el rol que ocupan no solo en la sociedad, sino dentro del conjunto de la economía local y regional. Este es el caso de las coopera-

1. Doctor en Ciencias Gerenciales, Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE. Magíster en Administración, Universidad Eafit de Medellín. Docente de planta de tiempo completo del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Magdalena. Director del Grupo de Investigación en Gestión de las Organizaciones –GIGO–, Universidad del Magdalena. Correo: adaza@unimagdalena.edu.co.

2. Doctorando en Administración SMC University. Master en Administración y Gerencia pública, Master en Dirección y Gestión de Bienestar y Servicios Sociales. Estudios en maestría en planificación y administración del desarrollo regional. Sociólogo con estudios en Historia y Filosofía. Profesor Investigador Senior. Corporación Universitaria de Asturias. Bogotá-Colombia. Correos electrónicos: Jorge.chaparro@asturias.edu.co- profesorjorgechapparrom@gmail.com

3. Doctora en Ciencias Empresariales y Económicas cum laude (Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, España), doctoranda en Administración por la SMC University –Swiss Management Center– (Suiza), maestría en Administración con énfasis en Finanzas (Tecnológico de Monterrey, México), especialista en Finanzas y Administradora de Empresas (Universidad Autónoma de Bucaramaga, UNAB). Docente investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, Universidad del Sinú, Córdoba, Colombia. Correo: Irincon15@hotmail.com.