

Imaginario social de la responsabilidad social en el sector agroindustrial del departamento del Magdalena, Colombia

Devinsó Jiménez-Sierra¹

Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional «Humberto Velásquez García»
djimenez@infotephvg.edu.co

DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n90.2021.2977>

Fecha de recepción: 25 de noviembre de 2020

Fecha de aprobación: 05 de mayo de 2021

Fecha de publicación: 05 de agosto de 2021



Cómo citar este artículo / *To reference this article* / *Comment citer cet article* / *Para citar este artículo*:

Jiménez-Sierra, D. (2021). Imaginario social de la responsabilidad social en el sector agroindustrial del departamento del Magdalena, Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (90), 153-168. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n90.2021.2977>

Resumen

La afectación sobre la actividad económica mundial por la SARS-CoV-2 ha puesto de manifiesto la necesidad de valorar el horizonte conceptual y de representación social de las empresas del sector agroindustrial del departamento del Magdalena, Colombia, con respecto a la visión gerencial desde los postulados de la responsabilidad social (RS), orientación que podría paliar los efectos sobre la empleabilidad. El objetivo del estudio es describir el imaginario social de los trabajadores del sector agroindustrial del departamento del Magdalena sobre la responsabilidad social empresarial. La investigación plantea, desde una metodología descriptiva de enfoque cualitativo, la aplicación de un instrumento de recolección de información sobre empleados de las 208 empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Santa Marta, Magdalena, Colombia, en el sector agroindustrial, para lo que se utilizó un formulario electrónico. El estudio permite identificar que dentro de las organizaciones del sector agroindustrial no se evidencian constructos relacionados con los grupos de interés de la RS, lo que podría indicar que, aunque tengan acciones o planes que se derivan de los principios de la RS, no se les reconoce como tal. Esto genera un distanciamiento directo en la apropiación de valores de RS, importantes en el propósito de afrontar el contexto actual de incertidumbre económica en el marco de la restricción social provocadas por la pandemia generada por SARS-CoV-2.

Palabras clave: responsabilidad social; representación social; imaginario social; construcción de sentido y significado; acciones de responsabilidad social; planes de responsabilidad social; sector agroindustrial.

¹ Filósofo - Universidad del Atlántico Magister en educación - Universidad del Zulia, Venezuela. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9674-6867>

Social imaginary of social responsibility in the agro-industrial sector of the department of Magdalena, Colombia

Abstract

The impact of SARS-CoV-2 on the global economic activity has revealed the need to assess the conceptual horizon and social representation of companies in the agro-industrial sector of the department of Magdalena, Colombia, with respect to the managerial vision that is based on the principles of social responsibility (SR), an orientation that could soothe the effects on employability. The aim of this study is to describe the social imaginary of workers in the agro-industrial sector in the department of Magdalena, regarding corporate social responsibility. From a descriptive methodology with a qualitative approach, the research proposes the application of a data collection instrument to employees of 208 companies in the agro-industrial sector and registered in the Chamber of Commerce of Santa Marta, Magdalena, Colombia, by means of an electronic form. The study allows to identify that there is no evidence of constructs related to SR stakeholders within the organizations of the agro-industrial sector, which could indicate that, although they take action or have plans derived from SR principles, they are not recognized as such. This generates a direct distancing in the appropriation of SR values, which is important in the purpose of facing the current context of economic uncertainty that is part of the social restriction caused by the pandemic generated by SARS-CoV-2.

Keywords: social responsibility; social representation; social imaginary; construction of sense and meaning; social responsibility actions; social responsibility plans; agro-industrial sector.

Imaginário social da responsabilidade social no setor agroindustrial do departamento de Magdalena, Colômbia

Resumo

O impacto do SARS-CoV-2 na atividade econômica mundial revelou a necessidade de avaliar o horizonte conceitual e a representação social das empresas do setor agroindustrial do departamento de Magdalena, Colômbia, no que diz respeito à visão gerencial a partir dos postulados de responsabilidade social (RS), uma orientação que pode amenizar os efeitos na empregabilidade. O objetivo do estudo é descrever o imaginário social dos trabalhadores do setor agroindustrial do departamento de Magdalena sobre a responsabilidade social empresarial. A pesquisa propõe, a partir de uma metodologia descritiva com abordagem qualitativa, a aplicação de um instrumento de coleta de informações dos funcionários de 208 empresas cadastradas na Câmara de Comércio de Santa Marta, Magdalena, Colômbia, do setor agroindustrial, da qual se usou um formulário eletrônico. O estudo permite identificar que dentro das organizações do setor agroindustrial não existem construtos relacionados aos grupos de interesse da RS, e isso pode indicar que, embora tenham ações ou planos derivados de princípios da RS, não são reconhecidos como tais. Isso gera um distanciamento direto na apropriação dos valores de RS, importantes no propósito de enfrentar o atual contexto de incerteza econômica no marco da restrição social ocasionada pela pandemia gerada pelo SARS-CoV-2.

Palavras-chave: responsabilidade social; representação social; imaginário social; construção de sentido e significado; ações de responsabilidade social; planos de responsabilidade social; setor agroindustrial.

Imaginaire social de la responsabilité sociétale du secteur agro-industriel du département colombien du Magdalena

Résumé

L'impact du SARS-CoV-2 sur l'activité économique mondiale a mis en évidence la nécessité d'évaluer l'horizon conceptuel et la représentation sociale des entreprises du secteur agro-industriel du département colombien du Magdalena en rapport à la gestion des postulats de responsabilité sociale (RS), orientation capable d'atténuer les effets sur l'employabilité. Cette étude a pour objectif de décrire l'imaginaire social des travailleurs du secteur agro-industriel du département du Magdalena selon la responsabilité sociale des entreprises. L'étude propose, au travers d'une méthodologie descriptive d'approche qualitative, l'utilisation d'un instrument de collecte d'informations de type formulaire électronique pour les employés des 208 entreprises du secteur agro-industriel enregistrées à la Chambre de Commerce de Santa Marta – Magdalena -. L'étude permet d'identifier qu'au sein des entreprises du secteur agroalimentaire, aucune construction liée aux groupes d'intérêt de RS n'a été mis en place ni considérée comme tels, engendrant une distanciation directe dans l'appropriation des valeurs de RS pourtant importantes pour faire face au contexte actuel d'incertitude économique dans le cadre des restrictions sociales provoquées par la pandémie générée par le SARS-CoV-2.

Mots-clés: responsabilité sociale; représentation sociale; imaginaire social; construction du sens; actions de responsabilité sociale; plans de responsabilité sociale; secteur agro-industriel.

1. Introducción

Debido a las condiciones de inestabilidad social producto de las consecuencias de cohesión, fluctuación y disminución de los mercados globales después del enquistamiento de los ciclos pandémicos de la SARS-CoV-2, ha vuelto la reflexión hacia el papel transformador de las organizaciones, su relevancia en la vida diaria y el imaginario social de sus postulados. Es necesario reconocer que la idea de progreso (Melo, 2010; Nisbet, 1986; Salazar, 2012), fundada en el crecimiento progresivo y directamente proporcional de las unidades productivas y los grupos sociales, se nos presenta inviable si se sigue soportando en un modelo de economía salvaje distante de los principios de sustentabilidad y sostenibilidad (Piketty, 2014).

Una respuesta inmediata a las condiciones de confinamiento ha sido la de implementar líneas narrativas de identidad y filiación en plataformas virtuales y medios noticiosos, soportados en distintas redes sociales, al acudir al concepto de sociedad del conocimiento o sociedad interconectada (Minguet y Martínez, 2013). Se crean así superposiciones, así como se manipulan conceptos e imágenes (Boule, 1995) para generar una representación coherente cuyo mensaje es «somos una sociedad responsable».

En este enfoque surge el concepto de imaginario social, el cual, según Cancino (2011), es aquella «capacidad colectiva de creación indeterminada» (p. 72). Por otra parte, García (2019) lo asocia a un proceso de estudio de la transformación de los significados que una sociedad atribuye a un concepto. De esta manera, estudios han analizado este concepto desde diferentes áreas del conocimiento, un ejemplo de lo cual es el estudio de González-Llontop y Otero-González (2017), en el que se realiza un análisis de los imaginarios sociales de estudiantes de educación superior sobre el proceso formativo de investigación.

Así mismo, desde una perspectiva administrativa, se encuentra la investigación de Velandia, Aguilar y Archibold (2017), quienes realizan un proceso de construcción del concepto de contabilidad desde el imaginario social. Pese a este abordaje, no se encuentran estudios específicos desde la responsabilidad social, de manera que, según León (2009), se deben tener en cuenta las percepciones de los grupos interesados para garantizar de esta forma la rentabilidad de las organizaciones. Esto, debido a la configuración de las empresas en la condición no solo de generación de valor económico, sino la generación de un valor social de beneficios por medio de sus actividades (Jiménez-Sierra *et al.*, 2020).

En este orden de ideas, la pregunta que surge es si en realidad somos una sociedad responsable, si tenemos organizaciones responsables o somos el fruto de imaginarios distorsionados, contruidos con superposiciones que reflejan un paralelismo contrapuesto entre verdad e imaginación (Bachelard, 2005). Por tanto, el objetivo del presente estudio es describir el imaginario social de los trabajadores del sector agroindustrial del departamento del Magdalena, Colombia, sobre la responsabilidad social empresarial.

En un primer momento, se analizan las condiciones del imaginario social desde el abordaje teórico de diversos autores, así como sus relaciones conceptuales. Posteriormente, en el apartado de «Métodos e instrumentos» se detalla el proceso metodológico y procedimental de recolección de los datos y la confiabilidad de los instrumentos utilizados para tal fin. Se analizan los resultados de la investigación, en los que se ilustran los resultados por ítem específico estudiado, para así plantear una discusión y las conclusiones de los hallazgos.

2. Las condiciones del imaginario social

Un modo de representación afín a las características de las sociedades modernas es el modelo de imaginarios sociales. En un contexto construido desde los significados y las representaciones, la condición de cómo el individuo imagina su realidad se convierte en un aspecto relevante. Esta es la perspectiva de Castoriadis (2016), quien aduce que la estructura del imaginario social entrecruza los elementos sociales, históricos y psicológicos de la condición humana. Estos elementos pueden representarse en unidades de verbalización que generan una manera de configurar la realidad de los individuos.

Para Castoriadis (2016), el imaginario social o colectivo es un magma de significaciones imaginarias sociales representadas en instituciones. Este permite orientar y definir la manera de accionar de los miembros de una sociedad, en la que se determinan las formas de sentir, desear y de pensar. El imaginario, como obra colectiva-social, le otorga significaciones sociales a la conciencia individual y social, las cuales actúan como condiciones de la existencia de una sociedad. En últimas, los imaginarios colectivos aportan valores y conceptos concebidos a partir de la dimensión subjetiva que se tenga de las realidades sociales y la manera como se nos presentan e interiorizan esas imágenes.

Por su parte, Aguirre, Carrión y Silva (2005), afirman que los imaginarios se construyen a partir del modo de percibir la cotidianidad y la forma en la que esta se representa, por medio de unidades verbalizadas, imágenes o correlatos orales; «entendimiento común que hace posible unas prácticas comunes y un sentido de legitimidad ampliamente compartido» (p. 25).

En las teorías sobre el imaginario se ha manifestado constantemente el valor de las yuxtaposiciones conceptuales. Dado que la realidad es dinámica y no jerarquizada, el imaginario debe interpretarse desde las relaciones de significado y la manera en

la que estas se expresan en un contexto determinado, pues no es lo mismo la percepción del calor en una zona cálida que en una zona templada; así, aunque se usa la misma verbalización, los constructos del imaginario deben entenderse cada uno en su contexto particularizado. En términos de esta investigación, es importante porque nos permite comprender el imaginario en un lugar y sector específico (Felices y Ureña-Gómez-Moreno, 2020).

Otro aspecto importante para comprender la problemática en torno a los imaginarios, en particular el asociado a la responsabilidad social (RS) en el sector agropecuario del Magdalena, es la de reconocer cómo se entienden, gnoseológicamente, las representaciones sociales. En este propósito se acude al teórico de las representaciones sociales Moscovici (1984), quien sostiene que el modo en el que los individuos se hacen una idea de los conceptos o arquetipos conceptuales depende de las prescripciones o definiciones que, al ser contrastadas con sus pares sociales por interacción, se afianzan en sus sistemas de creencias.

Un factor que se encuentra en la teoría de Moscovici es la focalización, entendida como la reafirmación de un concepto como válido por estar ceñido a la definición general de los actores sociales con los que se interactúa. Es decir, si un individuo concibe que tomar ventaja sobre otros en un negocio es una práctica generalizada en su sistema de interacción social cercano entenderá que puede ser considerado válido por focalización. En términos de la responsabilidad social, es posible que se asuma como válida una concepción por focalización que en su sistema de verdad esté alejada de la ciencia. Este fenómeno puede crear un sistema de creencias que luego se incorpora de modo general, de tal forma que se entiende por verdadero lo que socialmente se practica o asume (Mora, 2002).

Una manera de explicar este fenómeno de focalización de la representación social de un imaginario es la condición de presión social sobre el objeto definido. La capacidad de cohesión social ejerce un condicionamiento sobre los sistemas de creencias del individuo que no le permiten objetar lo definido en la estructura válida del imaginario. Si el individuo se ajusta a la focalización del imaginario se da la objetivación, de modo que el anclaje, según Moscovici (1984), se asume como válido y creíble el concepto objetivado.

Pareciera que el enfoque teórico de la focalización del imaginario fuese estable e inmutable, pero es dinámico. Una vez se da la objetivación y el

anclaje de una representación puede contrastarse con los sistemas de validación de orden formal, se contrastan desde el punto de vista normativo y de los juicios de conocimiento de la evidencia científica, lo que permite revalidar nuevamente los elementos de una representación, lo que lleva a retroalimentar el proceso. Esta condición cíclica del enfoque teórico de Moscovici permite considerarlo desde dos aspectos pragmáticos —sus postulados—: a) la existencia de una focalización de un sistema de representación por cohesión social y b) la posibilidad de mutación desde la validación de la evidencia formal y normativa (Moscovici, 1984).

3. Relaciones conceptuales

Las expresiones del habla están asociadas a los tipos de conceptos que utilizamos. En esta investigación se utiliza la categorización tipológica del concepto desde las superordinadas, subordinadas, coordinadas y ajustadas a fines. Las primeras se dan en una relación de origen —animal-perro—, las segundas en una relación de clase —raza-perro—, las terceras en una relación yuxtapuesta —perro-gato— y la cuarta tipología con relación a los fines de complementariedad del concepto —perro-comida— (Felices y Ureña-Gómez-Moreno, 2020).

3.1 Métodos e instrumentos

El método de construcción para esta investigación es de enfoque cualitativo de tipo descriptivo. Se busca identificar cómo se comporta un fenómeno en un tiempo determinado desde la desagregación de sus dimensiones y la exposición de sus cualidades. Se toma como punto de partida las interpretaciones de las verbalizaciones, es decir, las repeticiones verbales seleccionadas en el instrumento de recolección de información (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

La justificación para utilizar una metodología cualitativa es la de estar en capacidad de valorar la información desde su interpretación y lo que designa en términos de representación con el uso de relaciones conceptuales superordinadas, subordinadas, coordinadas y ajustada a fines. Sin embargo, el instrumento ha sido validado por una herramienta de corte cuantitativo desde el coeficiente de alfa de Cronbach, a fin de garantizar la consistencia interna del instrumento (Greene, Caracelli y Graham, 1989).

Este estudio se inscribe en la perspectiva explicativa, dado que la investigación se basa en las informaciones recolectadas en las organizaciones y sus perspectivas cotidianas. Al respecto, Pavón-Martínez y Martínez-Aznar (2014) afirman que este abordaje es no solo una forma de desarrollar investigación y producir conocimiento, sino que además se constituye en visión comprensiva, una ideología social y una definición del significado y la proyección del fenómeno estudiado.

Para la selección de la muestra se han tomado de base las 29 627 empresas registradas en la Cámara de Comercio de Santa Marta, de las cuales se

desagregan las registradas como persona natural y las que no responden a la actividad agroindustrial. Si desagregamos el número de empresas agroindustriales del Magdalena del tipo de sociedades —persona natural o jurídica— por la clasificación CIIU Rev. 4², es posible decantar la existencia de 208 empresas con personería jurídica ajustada a la agenda de acometividad del departamento del Magdalena en la producción de palma de aceite, banano y café, la mayoría con domicilio en Santa Marta. Su distribución según los años de operación se presenta en la tabla 1 (Cámara de Comercio de Santa Marta, 2020).

Tabla 1. Antigüedad de las empresas

Antigüedad	Cantidad	%
Entre cero y tres años	102	49 %
Entre cuatro y cinco años	33	16 %
Entre seis y diez años	37	18 %
Entre 11 y 15 años	18	9 %
Entre 16 y 20 años	9	4 %
Más de 20 años	9	4 %
Total	208	100 %

Fuente. Elaboración propia a partir de base de datos de Cámara de Comercio de Santa Marta, 2020.

La distribución de las 208 empresas que constituyen nuestro objeto de estudio se presenta en la tabla 2.

Tabla 2. Empresas por municipio

Municipio	Cantidad	%
Aracataca	5	2,40 %
Ariguani	2	0,96 %
Ciénaga	11	5,29 %
El Banco	2	0,96 %
Fundación	4	1,92 %
Pivijay	1	0,48 %
Plato	5	2,40 %
Sabanas de San Ángel	1	0,48 %
San Sebastián	2	0,96 %
Santa Marta	172	82,69 %
Santana	1	0,48 %
Zona Bananera	2	0,96 %
Total	208	100 %

Fuente. Elaboración propia a partir de base de datos de Cámara de Comercio de Santa Marta, 2020.

² Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 4 adaptada para Colombia.

3.2 Muestra

Con el propósito de definir la base de la muestra para la recolección de la información y teniendo en cuenta el objetivo de describir el imaginario social de los trabajadores del sector agroindustrial del Magdalena, acerca de la responsabilidad social empresarial, se toma como base el número de trabajadores de estas 208 empresas, el cual, según datos de la Cámara de Comercio de Santa Marta, es de 1 321 colaboradores. Esta información se obtiene mediante el cálculo de la muestra de la población y aplicando un muestreo aleatorio

simple, con un margen de error del 8 % y un nivel de confianza del 95 %, de manera que se estima en 98 individuos (Cámara de Comercio de Santa Marta, 2020).

3.3 Validación del instrumento

Al probar la consistencia interna del instrumento por medio del coeficiente alfa de Cronbach este se estimó en 0,74, sobre un instrumento de 19 ítems y 98 unidades de análisis, lo que lo hace consistente para aplicación en campo.

Tabla 3. Alfa de Cronbach

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	98	100,0
	Excluidos ^a	0	0,0
	Total	98	100,0

A: Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,746	19

Fuente. Elaboración propia a partir de SPSS v.21.

4. Resultados

En una primera instancia se establecen los porcentajes de participación en una escala de tres niveles en la que las unidades de análisis respondían a tres condiciones: existencia o no existencia del denominador y la denominación de construcción. Al analizar los resultados del instrumento de recolección de información, en sus ítems del 2 al 7 (véase la Tabla 4), se evidencia que existe una sucesión de coeficientes relativamente bajos en relación con los componentes que tienen que ver con la existencia de códigos éticos, según el

ítem 2, la existencia de declaratorias de aceptación y apropiación de derechos humanos en el ítem 3, la intermedia demarcación en la existencia de una política o los lineamientos para el desarrollo de la responsabilidad social en el ítem 4, la carencia de directrices para el desarrollo de la responsabilidad social en el 5, la baja existencia de prácticas para el desarrollo de la responsabilidad social en el ítem 6 y en el ítem número 7 la existencia de certificaciones tipo ISO 26000.

Tabla 4. Lista de ítems 2-7

Ítem_2	Existencia de Código Ético de trabajo
Ítem_3	Existencia de declaratoria de aceptación y apropiación de los derechos humanos (DD. HH.)
Ítem_4	Existencia de una política o lineamientos —escrita, aprobada y hecha pública— para el desarrollo de la responsabilidad social
Ítem_5	Existencia de directrices para el desarrollo de la responsabilidad social
Ítem_6	Existencia de prácticas para el desarrollo de la responsabilidad social
Ítem_7	Existencia de certificado tipo ISO 26000

Fuente. Elaboración propia.

En un primer análisis de frecuencias de datos encontramos para el ítem 2 que el 50 % estableció la existencia de algún tipo de código ético en la organización. En el ítem 3 el denominador que más marcó fue el de la no existencia, en relación con la declaratoria de derechos humanos. Este hecho representa un aspecto preocupante puesto que solo un 40 % reconoce que en su organización existe algún tipo de valoración, declaratoria o documento en relación con los derechos humanos.

En el ítem 4, con relación a las políticas o lineamientos de responsabilidad social, encontramos que el mayor denominador es la inexistencia —en un 63,3 %— de algún tipo de documento interno o externo que se asocie a este indicador, aspecto que es preocupante porque, si bien las prácticas de responsabilidad social también son indicador, el hecho de que estas no estén documentadas representa un desinterés formal en el tema.

En el ítem 5 se encontró que solo un 52 % reconoce que hay directrices en el desarrollo de la responsabilidad social que establezcan algún tipo de direccionamiento estratégico hacia el indicador en cuestión. En el ítem 6, sobre las prácticas de responsabilidad social, es un poco un poco incongruente, pues demarca que un 48 % de las organizaciones cuenta con prácticas de responsabilidad social, es decir, son acciones aisladas sin finalidad específica a largo plazo. En el ítem 7, en lo que respecta a la existencia de certificaciones tipo ISO 26000, encontramos que solo un 17 % reconoce que existen, lo que conduce a un escenario poco formal en el ámbito del sector agroindustrial del departamento del Magdalena, puesto que no existe una preocupación latente de generar procesos de certificación en torno a normas voluntarias como la ISO 26000.

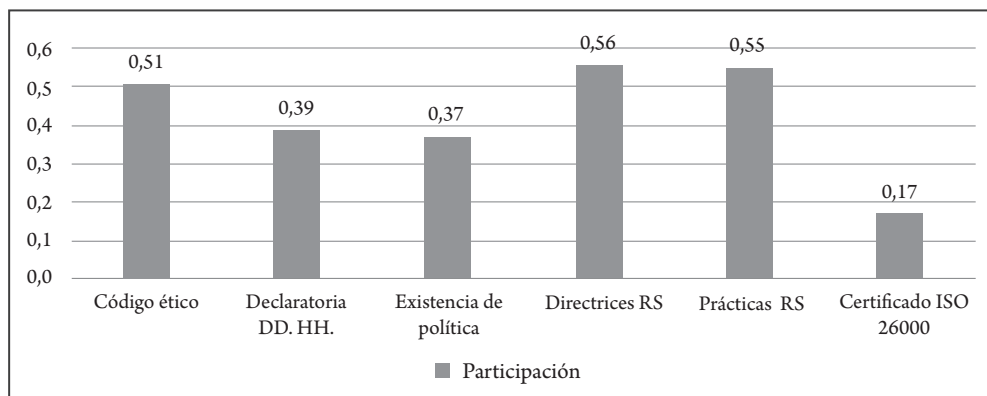
Tabla 5. Frecuencia de datos ítems 2-7

	Código ético	Declaratoria DD. HH.	Existencia de una política	Directrices RS	Prácticas de RS	Certificado ISO 26000
Sí	50,0 %	38,8 %	36,7 %	52,0 %	48,0 %	17,3 %
No	49 %	60,2 %	63,3 %	40,8 %	42,9 %	82,7 %
En construcción	1,0 %	1,0 %	0 %	7,1 %	9,2 %	0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Fuente. Elaboración propia.

La figura 1 ilustra, en términos de índice, cómo se comportan los indicadores medidos, en una escala de cero a uno. Es evidente que los ítems con mayor desempeño son la existencia de códigos éticos, directrices y prácticas de responsabilidad social, todos por debajo de 0,56 sobre un rango de 0 a 1.

Figura 1. Índice de datos ítems 2-7



Fuente. Elaboración propia.

Los ítems 8 y 9 se establecieron bajo una metodología basada en la analogía, es decir, en la relación o comparación por similitud o semejanza (Gueerra, 2014); se postula un enunciado y las unidades de análisis deben asociarlo como una proposición consecuente. Esta estructura metodológica permite indagar las concepciones del imaginario social que tienen los individuos y establecer una concordancia para asumir una posición o una respuesta.

En la mayoría de los casos el enunciado debe coincidir con una de las proposiciones que se adjuntan. En este caso, la analogía se construyó de la siguiente

manera: «la responsabilidad social es a la empresa lo que las leyes nacionales son a ...». En el marco de similitud la respuesta por concordancia es la alternativa «sociedad». Sin embargo, esta alternativa solo representó el 54,1 % del total de las proposiciones seleccionadas, lo que permite inferir que no hay un cotejo conceptual claro y suficiente que permita establecer con claridad la concepción sobre la responsabilidad social empresarial.

Tabla 6. Aplicación de Analogía_1 ítem 8

Ítem 8: Analogía	Tipo de relación conceptual	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Una sociedad	Ajustada a fines	54,1	54,1	54,1
Un parlamento — Congreso de la República—	Subordinada	16,3	16,3	70,4
La legislación internacional	Coordinada	10,2	10,2	80,6
Un magistrado de la Corte Suprema de Justicia	Superordinada	18,4	18,4	99
Un bebé recién nacido	Sin relación	1	1	100
Total		100	100	

Fuente. Elaboración propia.

En el ítem 9, con relación a la analogía «la ética es a la empresa lo que el dinero es a...», en el marco de similitud la respuesta por concordancia es la alternativa «una entidad financiera», puesto que el dinero es una razón suficiente para una entidad financiera, entendiendo que la finalidad son las personas que

reciben los servicios financieros. En este caso la alternativa concordante cotejó el 68,4 % de las respuestas. Este resultado permite inferir una representación simbólica asociada al concepto de relaciones superordinadas, es decir, existe un imaginario que lo relaciona en sistema de jerarquía.

Tabla 7. Aplicación de Analogía_2, ítem 9

Ítem 9_Analogía Ética	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Una obra de caridad	Las coordinadas	15,3	15,3	15,3
Una entidad financiera	Las superordinadas	68,4	68,4	83,7
Un millonario	Las superordinadas	16,3	16,3	100
Total		100	100	

Fuente. Elaboración propia.

En relación con el ítem 10 se definieron unas proposiciones como alternativas de respuesta que coinciden con el tipo de asociaciones comunes que están dentro del imaginario relacional como productos de responsabilidad social, y se indagó hacia dónde se cree que puede conducirnos las prácticas de responsabilidad social, entre ellos a donar, al reconocimiento, a la eficiencia, a la retribución, al cumplimiento legal o a la predisposición al cuidado del medio ambiente: 001= donar con mayor frecuencia en las comunidades que más lo necesitan; 002 = ser reconocida como una empresa que se preocupa por el bienestar de los demás; 003 = ser más eficiente y rentable; 004 = retribuir

las afectaciones relacionadas con su operación comercial; 005 = cumplir con su deber legal; 006 = el cuidado del medio ambiente.

Entre estas alternativas se asocia, en primera medida, a la responsabilidad social con el reconocimiento y la eficiencia, con un 52 % y un 48 % de participación respectivamente. En este ítem llama la atención que no se marca ni la retribución social, que constituiría, desde los fundamentos de la responsabilidad social, la alternativa con más cohesión conceptual, ni la prescripción normativa ni la perspectiva ambiental, aspectos que parecen reveladores a la hora de revisar los componentes del imaginario social en el contexto del sector agroindustrial del Magdalena (véase la Tabla 8).

Tabla 8. Asociación de proposiciones ítem 10

Ítem 10	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ser reconocida como empresa que se preocupa por el bienestar de los demás	51	52,0	52,0	52,0
Ser eficiente y rentable	47	48,0	48,0	100
Total	98	100	100	

Fuente. Elaboración propia.

En el ítem número 11 se exploran los conceptos que se asocian a la responsabilidad social como sus representaciones de significado —001= deber legal, 002 = filantropía, 003 = hacer el bien a los demás, 004 = retribución legal, 005= donar a comunidades elementos que necesitan, 006 = administrar eficientemente, 007 = deber social, 008 = protección del medio ambiente—, de modo que

los resultados asocian la responsabilidad social con el deber social en un 33 %, la eficiencia en un 24 %, la retribución legal con un 24 %, hacer el bien en un 11 % y el deber legal en un 7 %. Es relevante que en términos conceptuales el deber social marque con mayor porcentaje, pero no es en términos suficientemente significativo (véase la Tabla 9).

Tabla 9. Asociación de proposiciones ítems 11

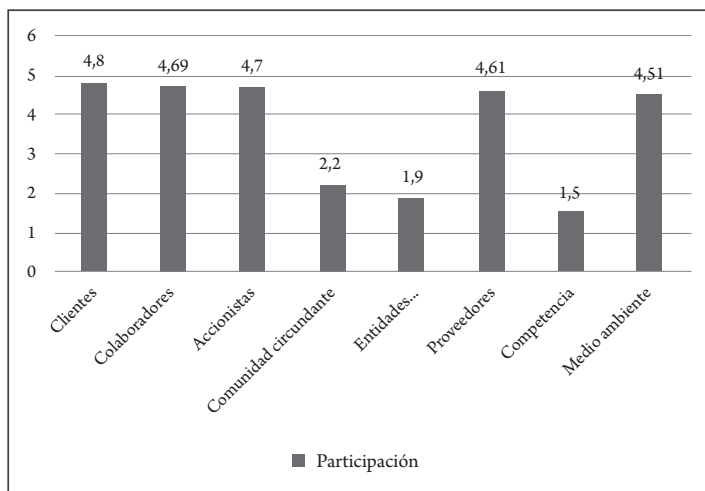
Ítem 10	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deber legal	7	7,1	7,1	7,1
Hacer el bien a los demás	11	11,2	11,2	18,4
Retribución legal	23	23,5	23,5	41,8
Administrar eficientemente	24	24,5	24,5	66,3
Deber social	33	33,7	33,7	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia.

En una última dimensión de análisis se desagregaron los grupos de interés que se asocian de modo general a las organizaciones con el fin de determinar líneas de interés con cada uno de estos grupos. En la dinámica del imaginario social empresarial se encuentra que existen valoraciones dispares en algunos grupos de interés, en particular las comunidades circundantes, las entidades

gubernamentales y la competencia. Esto quiere decir que la visión global de la responsabilidad social no se entiende de modo integral: ítem 12 = clientes, ítem 13 = colaboradores/trabajadores, ítem 14 = accionistas, ítem 15 = comunidad circundante, ítem 16 = las entidades gubernamentales, ítem 17 = los proveedores, ítem 18 = la competencia, ítem 19 = el medio ambiente.

Figura 2. Análisis ítems 12-19



Fuente. Elaboración propia.

5. Discusión

Los resultados de la investigación evidencian que, al indagarse sobre la aplicación de acciones relacionadas con RS, como códigos éticos, declaratoria de DD. HH., políticas y certificaciones relativas a RS, existen rezagos en la incorporación de acciones que permitan configurar a las organizaciones del sector agroindustrial del departamento del Magdalena como referentes en la construcción de una concepción de empresa éticamente responsable. Según González (2020), la responsabilidad social crea canales de comunicación efectivos en la construcción de una identidad corporativa con sentido social. Las organizaciones que establecen acciones de responsabilidad social establecen líneas de coincidencia entre las acciones misionales y las operativas, puesto que la orientación se centra en un proceso integral en el que los distintos grupos de interés se articulan y permean a la organización en todas sus áreas.

Una vez definida la identificación de acciones de RS en las organizaciones se propuso, por medio de una metodología basada en analogías, indagar sobre la concepción del imaginario respecto al concepto de RS (véase la Tabla 6). Se encontró que la relación conceptual con mayor frecuencia es el concepto ajustado a un fin específico, con un 54,1 %; llama la atención que no es claro cómo asocian la RS puesto que las demás relaciones de superordinadas, subordinadas y coordinadas comparten entre las tres una diferencia de tan solo tres puntos porcentuales. Es decir, la concepción de RS no es clara.

Según Girola (2012), los sistemas de imaginarios sociales se representan desde las construcciones de verbalización de los individuos de tal modo que el imaginario general es expresado en unidades verbales por relación conceptual. Desde la posición teórica del autor es claro que no existe una conceptualización ampliamente definida y socialmente aceptada o generada por cohesión de la RS (Moscovici, 1984).

En un siguiente caso de analogía (véase la Tabla 7) se establece un resultado de tipo superordinada con un 68,4 %, lo cual indica que la concepción del imaginario representada en unidades verbalizadas es de tipo jerárquico, es decir, se entiende la RS como una categoría de menor jerarquía que la empresa. Esta condición podría generar, según Moscovici (1984), una focalización a entender la RS como un concepto de jerarquía y no de carácter relacional, como lo son los conceptos coordinados.

En un siguiente momento se utilizaron relaciones conceptuales de asignación de valor y representación al enlistarse seis categorías (véase la Tabla 8). Se encontraron dos posiciones de representación: una asociada desde el bienestar general al que propende la empresa, y otra desde un enfoque de la sostenibilidad. Desde esta perspectiva Toboso-Martín (2014) reconoce que pueden existir relaciones verbales que se asumen por agrupación conceptual, lo que no significa que sea una representación de su imaginario. Sin embargo, se muestra la selección de dos categorías afines, lo que nos alejaría de la postura del autor y nos podría acercar más a una respuesta del imaginario por focalización, es decir, no se asocian directamente a la responsabilidad social, sino de manera independiente a su valor conceptual (Jiménez, 2019).

Al recurrir, en una segunda fase, a las relaciones conceptuales por asociación, se enlistaron siete conceptos (véase tabla 9), entre los que sobresale entender la RS como deber social con un 33,7 %, seguido de administración eficiente con un 24,5 % y la retribución legal con un 23,5 %. Aunque se asocia mayoritariamente al deber social, su índice no es lo suficientemente marcado. Este aspecto supone, según Toboso-Martín (2014), que las concepciones del imaginario social expresadas en unidades verbales están regidas por los valores axiológicos de los individuos que asumen posiciones que les competen o afectan; esto puede explicar la distri-

bución de los resultados en tres direcciones: la visión social de la realidad Brunás y Cejas (2019), la visión legalista de la realidad (Ansolabehere, 2008) y el enfoque retributivo de las acciones sociales (Ballesteros-Doncel, 2010).

Una última dimensión explorada en la investigación es la asignación de valor y relevancia a los grupos de interés asociados a las organizaciones agroindustriales del departamento del Magdalena (véase la Figura 2). Al revisar la valoración de asignación se encontró baja identificación de

los grupos de interés: comunidad, gobierno y competencia. Este resultado contrasta con el tipo de actividad económica desarrollada por las empresas del sector agropecuario insertadas dentro de las comunidades de campesinos o en zonas rurales, aunque puede entenderse desde la perspectiva de Castoriadis (2016), quien afirma que el imaginario social se alimenta de las categorías gnoseológicas que los individuos manejan, es decir, es posible que no identifiquen conceptualmente la existencia de grupos de interés asociados a las organizaciones.

6. Conclusión

El imaginario social es un constructo teórico que nos permite reconocer una mirada distinta del abordaje de los postulados de la RS en distintos sectores de la economía. Posibilita entender los niveles de representación que se expresan en unidades verbalizadas para comprender la forma en que las organizaciones asumen, practican e implementan los principios de la RS, porque no solo nos dice el nivel de conocimiento, sino que expresa de qué manera los individuos que interactúan en un sector de la producción, como lo es el agroindustrial, establecen su visión particularizada de la RS.

El estudio permite identificar que dentro de las organizaciones del sector agroindustrial no se identifican constructos relacionados con los grupos de interés de la RS, lo cual podría indicar que, aunque tengan acciones o planes que se derivan de los principios de la RS, no se les reconozca como tal. Esto genera un distanciamiento directo en la apropiación de valores de RS, importantes para afrontar el contexto actual de incertidumbre económica en el marco de la restricción social provocada por la SARS-CoV-2.

En este orden de ideas, se hace necesario realizar este tipo de estudios en otros sectores de la economía para así identificar las diversas dinámicas

de imaginario social presentadas y analizar si esta situación es general de las prácticas de la RS o específica del sector agroindustrial. Es así que las organizaciones del sector agroindustrial deben implementar estrategias que permitan la transformación de dicho imaginario social, para que de esta forma propendan a un mejoramiento continuo de sus actividades de RS.

Referencias

- Aguirre, M.; Carrión F.; Silva, A. (2005) *Quito imaginado*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Ansolabehere, K. (2008). Legalistas, legalistas moderados y garantistas moderados: ideología legal de maestros, jueces, abogados, ministerios públicos y diputados. *Revista Mexicana de Sociología*, 70(2), 331-359.
- Bachelard, G. (2005). *El agua y los sueños: ensayo sobre la imaginación de la materia* (Vol. 18). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Ballesteros-Doncel, E. (2010). Retribuciones de los trabajadores del servicio de vía y obras (MZA). Reflexiones en torno a un análisis multidimensional. *TST: Transportes, Servicios y Telecomunicaciones*, (18), 172-197. Recuperado de <https://bit.ly/3CcNFQd>
- Boule, F. (1995). *Manipular, organizar, representar: iniciación a las matemáticas* (Vol. 30). Madrid: Narcea.

- Brunás, A.; Cejas, E. (2019). *La enseñanza de la historia. Entre viejos y nuevos paradigmas: el estudio de los movimientos sociales desde el Siglo XX como «procesos de construcción social de la realidad»*. Córdoba: APEHUN/ Pueblo de la Toma-UNC.
- Cámara de Comercio de Santa Marta. (2020). *Caracterización de las empresas del sector de agroindustria en el Magdalena*. Recuperado de <https://bit.ly/3ijdiXI>
- Cancino, L. (2011). Aportes de la noción de imaginario social para el estudio de los movimientos sociales. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 10(28), 69-83. DOI: <https://doi.org/10.4067/S0718-65682011000100005>
- Castoriadis, C. (2016). *La institución Imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets Editores.
- Felices-Lago, Á.; Ureña-Gómez-Moreno, P. (2020). Conceptualización de entidades terminológicas en una subontología de derecho penal: análisis del concepto superordinado+ DRUG_00 en FunGramKb. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 15(1), 15-25. DOI: <https://doi.org/10.4995/rlyla.2020.12772>
- García, G. (2019). Aproximaciones al concepto de imaginario social. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 19(37), 31-42. DOI: <https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2019.2/a08>
- Girola, L. (2012). Representaciones e imaginarios sociales. Tendencias recientes en la investigación. En E. Garza y G. Leiva (Eds.) *Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectivas actuales*. (375-405). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- González, I. (2020). *La responsabilidad social empresarial: perspectiva de los grupos de interés del sector de hidrocarburos en Puerto Gaitán, Meta* (Tesis doctoral). Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://bit.ly/3fsUNOZ>
- González-Llontop, R.; Otero-González, C. (2017). Imaginarios sociales en estudiantes de educación sobre la calidad de la formación investigativa. *Opción*, 33(84), 759-790.
- Greene, J. C.; Caracelli, V. J.; Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11(3), 255-274. DOI: <https://doi.org/10.3102/01623737011003255>
- Guerra, H. (2014). La analogía como instrumento de la argumentación inductiva: una propuesta para su enseñanza. *Política y Cultura*, (42), 211-227.
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGrawHill.
- Jiménez, I. (2019). *Representación social del conflicto colombiano en los maestros de básica primaria*. (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona, España. Recuperado de <https://bit.ly/2WRzjoq>
- Jiménez-Sierra, D.; Ortiz-Padilla, M.; Monsalve-Perdomo, M.; Gómez-García, M. (2020). «Felicidad» asociada al bienestar laboral: categorización de variables. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 462-476. DOI: <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.32393>
- León, F. (2009). La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor. *Visión Gerencial*, 7(1), 83-95.
- Melo, J. O. (2010). La idea del progreso en el siglo XIX, ilusiones y desencantos, 1780-1930. *Revista de Estudios Colombianos*, (36), 16-29. Recuperado de <https://bit.ly/3fulT3j>
- Minguet, P.; Martínez, M. (2013). La perspectiva de la sostenibilidad en la sociedad del conocimiento interconectado: gobernanza, educación, ética. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 14(3), 37-60. DOI: <https://doi.org/10.14201/eks.11350>
- Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*, (2), 1-25. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n2.55>
- Moscovici, S. (1984). *Psicología social*. Barcelona: Proyecto A Ediciones.
- Nisbet, R. (1986). La idea de progreso. *Revista Libertas*, (5), 496-510. Recuperado de <https://bit.ly/2VcOrhv>
- Pavón-Martínez, F.; Martínez-Aznar, M. (2014). La metodología de resolución de problemas como investigación (MRPI): una propuesta indagativa para desarrollar la competencia científica en alumnos que cursan un programa de diversificación. *Enseñanza de las Ciencias: Revista de Investigación y Experiencias Didácticas*, 32(3), 469-492. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/ensciencias.1290>
- Piketty, T. (2014). *El capital en el siglo XXI*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Salazar, O. C. (2012). La aceleración del tiempo en relación con la idea de progreso y la crisis del trabajo. *Entramado*, 8(2), 106-122.
- Toboso-Martín, M. (2014). Perspectiva axiológica en la apropiación social de tecnologías. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad-CTS*, 9(25), 33-51.
- Velandia, G.; Anguila, A.; Archibold, W. (2017). La contabilidad como tecnología blanda: una visión desde los imaginarios sociales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(45). DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-45.ctvi>

