



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

DIRECCIÓN DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE LAS ORGANIZACIONES DE
LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA**

TEMA:

**MODELO DE BALANCE SOCIAL APLICADO EN LA COAC JUAN PIO
DE MORA LTDA SEGÚN LA METODOLOGÍA ACI**

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Magister en
Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

Autor(a)

Flores Barragán Valeria Priscila

Tutor(a) Lic. Flores Morejón Lucía Vanessa Mg.

AMBATO – ECUADOR

2019

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Valeria Priscila Flores Barragán, declaro ser autor del Trabajo de Investigación con el nombre “Modelo de balance social aplicado en la Coac. Juan Pío de Mora Ltda. Según la metodología ACI”, como requisito para optar al grado de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato a los 16 días del mes de septiembre de 2019, firmo conforme:

Autor: Valeria Priscila Flores Barragán

Firma:

Número de Cédula: 020201535-0

Dirección: Bolívar, San Miguel, Barrio los Ángeles

Correo Electrónico: valeriapfloresb@hotmail.com

Teléfono: 0991657298

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “MODELO DE BALANCE SOCIAL APLICADO EN LA COAC JUAN PIO DE MORA LTDA SEGÚN LA METODOLOGÍA ACI” presentado por Valeria Priscila Flores Barragán, para optar por el Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 16 de septiembre del 2019

.....
Lic. Flores Morejón Lucia Vanessa

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ambato, 16 de septiembre del 2019

Valeria Priscila Flores Barragán

.....

0202015350

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: MODELO DE BALANCE SOCIAL APLICADO EN LA COAC JUAN PIO DE MORA LTDA SEGÚN LA METODOLOGÍA ACI, previo a la obtención del Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato 16 de septiembre de 2019.

.....

Ing. Jacqueline Peñaherrera Melo, Mg.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Ing. Ibeth Molina Arcos, Mg.
VOCAL

.....

Ing. Lucia Vanessa Flores Morejón, Mg.
VOCAL

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial y a mi Padre que aunque no esté físicamente lo llevaré en mi corazón y en mis pensamientos por sus enseñanzas y los sabios consejos que forjaron mi vida.

Valeria Flores

AGRADECIMIENTO

Aprovecho la oportunidad para expresar mi sincero agradecimiento a la Noble Universidad Tecnológica Indoamerica; a sus catedráticos que garantizan la formación científica y humana de los estudiantes.

Mi gratitud eterna a la distinguida maestra Licenciada Lucía Flores, quien con su ilustrado criterio científico supo guiar este trabajo.

A la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío De Mora y a su personal, quienes permitieron el desarrollo de mi investigación proporcionando toda la información requerida.

Valeria Flores

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
IMPORTANCIA Y ACTUALIDAD.....	1
JUSTIFICACIÓN.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
OBJETIVOS.....	9

CAPITULO I.-MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la investigación.....	10
La teoría del objeto de estudio de la investigación.....	11
La teoría del campo de acción.....	30

CAPITULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

Paradigma y tipo de investigación.....	36
Procedimiento para la búsqueda y procedimiento de los datos.....	39
Resultados del diagnóstico de la situación actual.....	46

CAPITULO III. PRODUCTO

Propuesta de solución al problema.....	60
Elementos de la propuesta.....	63
Esquema del modelo de balance social.....	68
Desarrollo de la propuesta.....	70
Calificación de los principios.....	85
Plan de acción.....	100

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	106
Recomendaciones.....	107

MATERIALES DE REFERENCIA

Bibliografía.....	108
Anexos.....	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.	Población.....	39
Tabla N° 2.	Operacionalización de variables.....	42
Tabla N° 3.	Plan de recolección de Información.....	44
Tabla N° 4.	Responsabilidad social.....	46
Tabla N° 5.	Grupos de interés.....	47
Tabla N° 6.	Balance social.....	48
Tabla N° 7.	Accionar social.....	49
Tabla N° 8.	Prácticas de responsabilidad social.....	50
Tabla N° 9.	Herramientas de información social.....	51
Tabla N° 10.	Compromiso con los grupos de interés social.....	52
Tabla N° 11.	Captaciones de los socios.....	53
Tabla N° 12.	Conocimiento de los servicios sociales.....	54
Tabla N° 13.	Servicios Sociales.....	55
Tabla N° 14.	Opinión de los servicios sociales.....	56
Tabla N° 15.	Recomendación de los servicios sociales.....	57
Tabla N° 16.	Frecuencias Observadas.....	61
Tabla N° 17.	Frecuencias Observadas.....	61
Tabla N° 18.	Datos informativos.....	71
Tabla N° 19.	Datos financieros.....	72
Tabla N° 20.	Escala de calificación.....	75
Tabla N° 21.	Nombre del principio.....	76

Tabla N° 22. Indicador medido.....	79
Tabla N° 23. Membresía abierta y voluntaria.....	85
Tabla N° 24. Control democrático de los miembros.....	87
Tabla N° 25. Participación económica de los miembros.....	88
Tabla N° 26. Autonomía e independencia.....	89
Tabla N° 27. Educación, entrenamiento e información.....	90
Tabla N° 28. Cooperación entre cooperativas.....	91
Tabla N° 29. Compromiso con la comunidad.....	92
Tabla N° 30. Público interno.....	95
Tabla N° 31. Gestión.....	97
Tabla N° 32. Calificación de los principios.....	98
Tabla N° 33. Plan de acción.....	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Modelo de Balance Social.....	2
Gráfico N° 2. Árbol de Problemas.....	8
Gráfico N° 3. Responsabilidad social.....	46
Gráfico N° 4. Grupos de interés.....	47
Gráfico N° 5. Balance social.....	48
Gráfico N° 6. Accionar social.....	49
Gráfico N° 7. Prácticas de responsabilidad social.....	50
Gráfico N° 8. Herramientas de información social.....	51
Gráfico N° 9. Compromiso con los grupos de interés social.....	52
Gráfico N° 10. Captaciones de los socios.....	53
Gráfico N° 11. Conocimiento de los servicios sociales.....	54
Gráfico N° 12. Servicios Sociales.....	55
Gráfico N° 13. Opinión de los servicios sociales.....	56
Gráfico N° 14. Recomendación de los servicios sociales.....	57
Gráfico N° 15. Esquema del modelo de balance social.....	68
Gráfico N° 16. Contenido de balance social.....	69
Gráfico N° 16. Organigrama Estructural.....	75
Gráfico N° 17. Calificación de principios.....	98

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE
LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

TEMA: “MODELO DE BALANCE SOCIAL APLICADO EN LA COAC JUAN PIO DE MORA LTDA SEGÚN LA METODOLOGÍA ACI”

AUTOR: Valeria Priscila Flores Barragán

TUTOR: Mg. Lucia Vanessa Flores Morejón

RESUMEN EJECUTIVO

Considerando que el objetivo fundamental de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (LOEPS) es fomentar y fortalecer la economía popular y solidaria y de todos los sectores de la economía. Siempre priorizando las necesidades y contribuyendo al bienestar de la comunidad; razón por la cual el presente trabajo investigativo es implementar un modelo de balance social en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Juan Pío De Mora”. Según la metodología ACI que mida el cumplimiento de los principios cooperativos con la aplicación de variables e indicadores diseñados para determinar el grado de cumplimiento de la responsabilidad social cooperativa y permita informar a los diferentes grupos de interés el accionar social que tiene la entidad. Debido a la importancia de la aplicación del balance social en las organizaciones financieras se realiza el estudio y propuesta que sirve como un instrumento de trabajo necesario para evaluar y hacer una comparación con la misión institucional. Como instrumentos investigativos se utilizaron la encuesta y la entrevista. Los resultados estadísticos permitieron detectar que hace falta elaborar un instrumento que informe mediante indicadores cualitativos y cuantitativos el accionar social. Mediante el desarrollo de la investigación descriptiva, de campo y bibliográfica se elaboró el marco teórico; información que permitió conocer el impacto del balance social en una institución. Además el método inductivo y deductivo permitió establecer el planteamiento del problema de investigación y formular la hipótesis a comprobar con la investigación. Un modelo de balance social es imperioso, pues es considerado una de las herramientas de gestión gerencial cooperativa más adecuada para informar a los grupos de interés sobre el accionar social de una institución en un periodo determinado. La cooperativa debe mejorar ciertos aspectos relacionados a la educación, formación e información de sus miembros, cooperación entre cooperativas y compromiso con la comunidad.

DESCRIPTORES: balance, cooperativos, indicadores, principios, social.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE
LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

THEME: “SOCIAL BALANCE MODEL APPLIED AT “COAC JUAN PIO DE MORA” LTDA ACCORDING TO THE ICA METHODOLOGY”

AUTHOR: Valeria Priscila Flores Barragán

TUTOR: Mg. Lucia Vanessa Flores Morejón

ABSTRACT

Considering that the fundamental objective of the Organic Law of the Popular and Solidarity Economy and of the Financial Sector of the same sector (LOEPS) is to promote and strengthen this type of economy and all sectors of the economy. Always prioritizing needs and contributing to well-being of the community; the reason to present this research is to implement a social balance model at savings and credit union “Juan Pío De Mora”. According to the ICA methodology that measures compliance with the cooperative principles, the application of variables, indicators designed to determine the degree of compliance with the cooperative social responsibility it allows the different stakeholders to inform the social actions of the entity. Due to the importance of the application of the social balance sheet in financial organizations, the study and proposal that serves as a necessary working instrument to evaluate and make a comparison with the institutional mission are carried out in a society. The survey and interview were used as research instruments. The statistical results allow to detect that it is necessary to develop an instrument that reports through social qualitative and quantitative indicators. The theoretical framework was developed through a of descriptive and bibliographic research; information that allowed to know the impact of the social balance in an institution. In addition to the qualitative and quantitative approach allowed to establish the approach of the research problem and to formulate the hypothesis to verify with the investigation. A social balance model is imperative, as it is considered one of the most appropriate cooperative management management tools to inform stakeholders about the social actions of an institution in a given period. The credit union must improve certain cooperative principles related to education, training and information of its members, cooperation between cooperatives and commitment to the community.

KEYWORDS: balance, cooperative, indicators, principles, social.

INTRODUCCIÓN

Importancia y Actualidad

La presente investigación trata de hacer un aporte a la línea Bienestar Humano y Sublínea Responsabilidad Social y balance social; lo que significa básicamente apoderarse de la esencia social de las organizaciones empresariales como conjunto de personas que interactúan en el marco de la sociedad, tanto desde un punto de vista de su propia composición elemental como desde la óptica de ser miembro integrante de un sistema social, además expresan su compromiso de contribuir al desarrollo económico, a la vez que a la mejora de la calidad de vida de los socios, empleados y sus familias.

La idea de establecer un balance social en la empresa, similar al Balance Económico, nació en Estados Unidos en la década de los sesenta. Su origen se debió a la necesidad de la empresa privada por mejorar su "imagen de marca" y hacer frente a los recursos empleados en su beneficio. El primer Balance Social reconocido como tal lo publicó la empresa Singer en el año 1972. (DERES, 2003)

El MIES IEPS (Ministerio de inclusión Económica y Social – Instituto de Economía Popular y Solidaria del Ecuador) en el 2012. Más allá del sistema económico determinado de distinta manera en cada país, se debería considerar al ser humano, que es lo más importante para accionar cualquier empresa.

Según la ley de economía popular y solidaria (2016), las empresas obligadas a presentar el balance social implementan una metodología que muestre al público en general y a los grupos interesados el estado de la entidad ruptura que viene

determinada por la aplicación de la Disposición General Segunda de la LOEPS, la cual sustenta que “las organizaciones sujetas a esta Ley incorporarán en sus informes de gestión, el balance social que acreditará el nivel de cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales, en cuanto a la preservación de su identidad, su incidencia en el desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultural”. Normalmente es un proceso natural y no obligatorio, se convierte en obligatorio y direccionado, de modo que éste puede romper la filosofía e idiosincrasia, pasando de ser una herramienta de gestión a un elemento de cumplimiento y supervisión.

La Superintendencia Economía Popular y Solidaria, presenta un modelo de Balance Social para Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria en Ecuador. Su metodología de construcción se representa en el siguiente gráfico:

MODELO SEPS

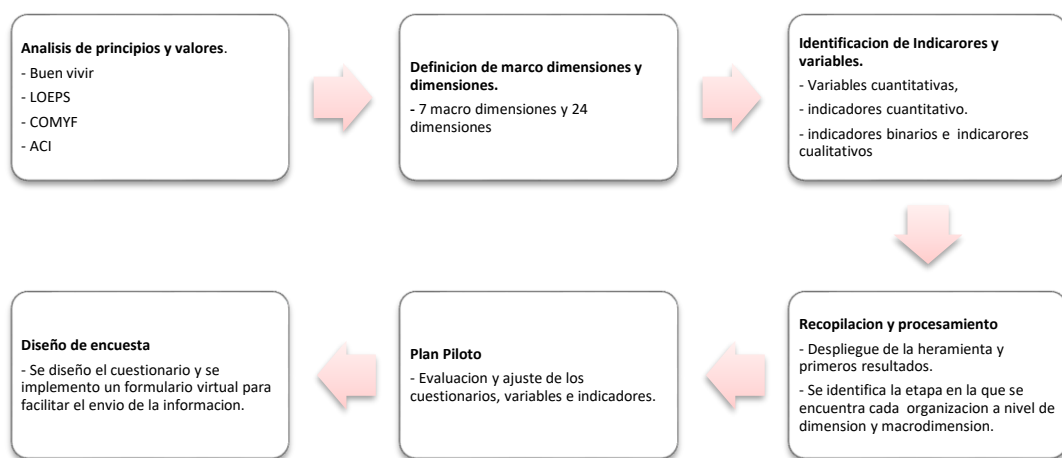


Gráfico N° 1. Modelo de Balance Social SEPS

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: SEPS

En las cooperativas se ha puesto de manifiesto la falta de integralidad en los análisis y en las políticas trazadas, por estar encaminadas a resolver problemas principalmente vinculados con su actividad económico-productiva. Sin embargo, la aplicación del balance social, como un importante instrumento no sólo contribuye

a fundamentar la proyección social de las cooperativas y evaluar sus resultados, sino también eleva el sentido de pertenencia de los asociados al incrementar su participación en los procesos de administración de sus recursos propios.

El presente trabajo pretende demostrar la necesidad de elaborar un balance social, debido a que las cooperativas nacieron con la ideología del compromiso con la colectividad los cuales se rigen por sus principios cooperativos, los que definen sin lugar a dudas su naturaleza y esencia hasta llegar a la formulación de los elementos del balance social haciendo énfasis en la responsabilidad social de las entidades del sector económico social y solidario.

La responsabilidad social, que está implícita en los principios de igualdad, empleo, medio ambiente, cooperación y entorno. Éstos, deben estar encaminados en la dirección estratégica y en la gestión de la entidad. Los principios de economía solidaria encierran los elementos básicos de dirección y gestión socialmente responsables respecto a los grupos de interés: empleados, socios, clientes, proveedores, medio ambiente y comunidad local.

El balance social es un tema notable en el Sistema Financiero debido a que su aplicación es obligatoria dentro de las entidades reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, su uso ha ganado espacio en las últimas décadas, y es indudable que pretende evidenciar un compromiso social con la comunidad y el medio ambiente.

La sociedad actual valora a los países capaces de ofrecer con equidad, mayor bienestar a sus habitantes, y a las organizaciones que contribuyen en forma responsable al desarrollo social de sus comunidades. Se reconoce también a nivel mundial, la importancia de que las empresas y otros tipos de organizaciones brinden información sobre las consecuencias sociales de su accionar a través de los denominados balances sociales.

Se registra el esfuerzo adicional que implica para las cooperativas emitir información de tipo social en forma sistemática y normalizada por lo que la aplicación del balance social precisa de información genuina al cumplimiento de la responsabilidad social que cada organización presenta.

La implementación del Balance Social en las organizaciones de la economía social, ofrecen ventajas como medio para comprender, profundizar y transmitir el significado socioeconómico del cooperativismo y de su proyección social al evaluar el cumplimiento de los objetivos sociales de las cooperativas. El mismo se propone procesar la información social a través del sistema contable tradicional y exponerla periódicamente en un informe social sistemático que acompañe a los balances contables tradicionales.

Justificación

Luego de una breve revisión histórica se entiende que el balance social surge en la década del 60 en Estados Unidos, un país tradicionalmente capitalista por iniciativa de los propios empresarios, que reconocen la necesidad de informar sobre su actuación en el medio social. Canadá cuenta también con una amplia experiencia en medir el impacto social del accionar de la empresa. Así en el año 1973 el balance social se convierte en obligatorio por ley en Bélgica y desde 1985 lo es en Portugal. En 1977, y luego de ser analizado en distintos foros, en Francia se aprueba una ley que obliga a las empresas medianas y pequeñas a elaborarlo. (Alicia Beatriz Ressel, 2012).

En Latinoamérica los aportes más significativos sobre el tema fueron los colombianos y brasileros. Pero podemos hablar de un relanzamiento del interés por la responsabilidad y el balance social en estos últimos años del siglo XX y principios del XXI. Hoy en día no se discute que la empresa tenga una responsabilidad social: ya es un concepto ampliamente asumido en América Latina, la primera organización que promovió la RSE (Responsabilidad social empresarial), fue la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE), creada en 1965. En los años 90 se crearon una serie de instituciones encargadas de promover la responsabilidad social empresarial.

Específicamente en el Ecuador, año 2012, la economía popular y solidaria es una forma de organización económica en la que sus integrantes desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basados en relaciones

de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital (artículo 1 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario). (SEPS, 2012)

“La responsabilidad social de las cooperativas forma parte consustancial de la misión de la organización, pues ellas son constituidas para satisfacer las necesidades de sus asociados a través de la actividad asignada y no necesariamente a través de aumento de capital, lo que se traduce en aprovechar al máximo los siempre limitados recursos de las cooperativas, para obtener el máximo de satisfacción en lo social”. (Delgado, 2008)

El sector Cooperativo y su relación con la Responsabilidad Social juega un papel importante ya que se evaluarán sus obligaciones frente a los socios, empleados, medio ambiente y sector cooperativista ofreciendo información, tanto al talento humano como a sus grupos de interés, de las actividades que las mismas realizan en bienestar de la sociedad en general.

Es preciso manifestar que la presente investigación tendrá un interés significativo para los directivos, empleados, socios y comunidad en general, ya que se verá reflejado el cumplimiento de la misión institucional y sobre toda la verdadera esencia de responsabilidad social que debe tener la entidad financiera con el entorno.

La Responsabilidad Social Cooperativa (RSCoop) existe en la misma esencia cooperativa, está enmarcada en los valores y principios genuinos y esenciales del cooperativismo como doctrina, sistema y movimiento. No es un tipo especial de responsabilidad impuesta, ya que las cooperativas pueden actuar sin la mirada juiciosa del entorno porque han nacido de las mismas comunidades o son parte de ellas y no practican una forma particular de responsabilidad social empresarial, sino que son por y en sí mismas. (San Bartolome, 2008)

El objetivo primordial de la actual investigación es analizar la responsabilidad social constituida desde un balance social que genere una información detallada,

estructurada y que permita medir el accionar social de la empresa basándonos en los principios cooperativos.

Servirá como una herramienta de análisis y toma de decisiones para sus directivos, además la implementación del balance social se fortalece al considerarla en la Ley de Economía Popular y Solidaria del Ecuador elaborada en el año 2011.

Mediante la aplicación del Balance Social, se podrá establecer una gestión socioeconómica que proporcione medición del reconocimiento que cause entre los socios, dando prioridad a la creación de nuevos objetivos que van en beneficio especial de los sectores más vulnerables.

Esta investigación pretende presentar al balance social como una herramienta de medición y control de la responsabilidad social del sector Cooperativo, y la comunidad que depende de este importante sector económico, quienes percibirán los beneficios de aplicar el balance social como una herramienta de gestión social. Entre los beneficios internos se encuentra la generación de valor solidario entre asociados y público en general, así como el control sobre las inversiones realizadas con relación al tema. Renovará la conciencia social entre sus actores lo cual mejorará la credibilidad entre sus socios y clientes.

Dicha mejora interna se verá reflejada en los servicios que obtenga la comunidad, los cuales se estima será orientada a la parte más vulnerable de la población, así como transparentar mediante indicadores de gestión las decisiones tomadas por parte de la administración de la cooperativa.

Planteamiento del problema

¿Cómo incide el Balance Social para el cumplimiento de los objetivos sociales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío De Mora del Cantón San Miguel, Provincia Bolívar periodo 2018?

La responsabilidad social es un tema importante tanto en empresas públicas como privadas, gran parte de estas instituciones están encaminadas a contribuir a la sociedad en cuanto a impuestos y otras obligaciones, pero existen nuevas directrices que buscan una filosofía más humana y social, que va más allá de lo que constituye mantener a la organización solo por obtener ganancias.

Y es así que se trata de realizar esta investigación en la Cooperativa Juan Pío de Mora, donde se ha observado que hace falta el compromiso social que debe tener la empresa con sus grupos de interés, entre ellos la comunidad en general y los sectores más vulnerables.

Por esta razón el Balance social se convertirá en una herramienta de autoevaluación que permitirá a la cooperativa medir sus impactos ante la sociedad y la necesidad de exponer la información social en forma metódica y sistemática.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

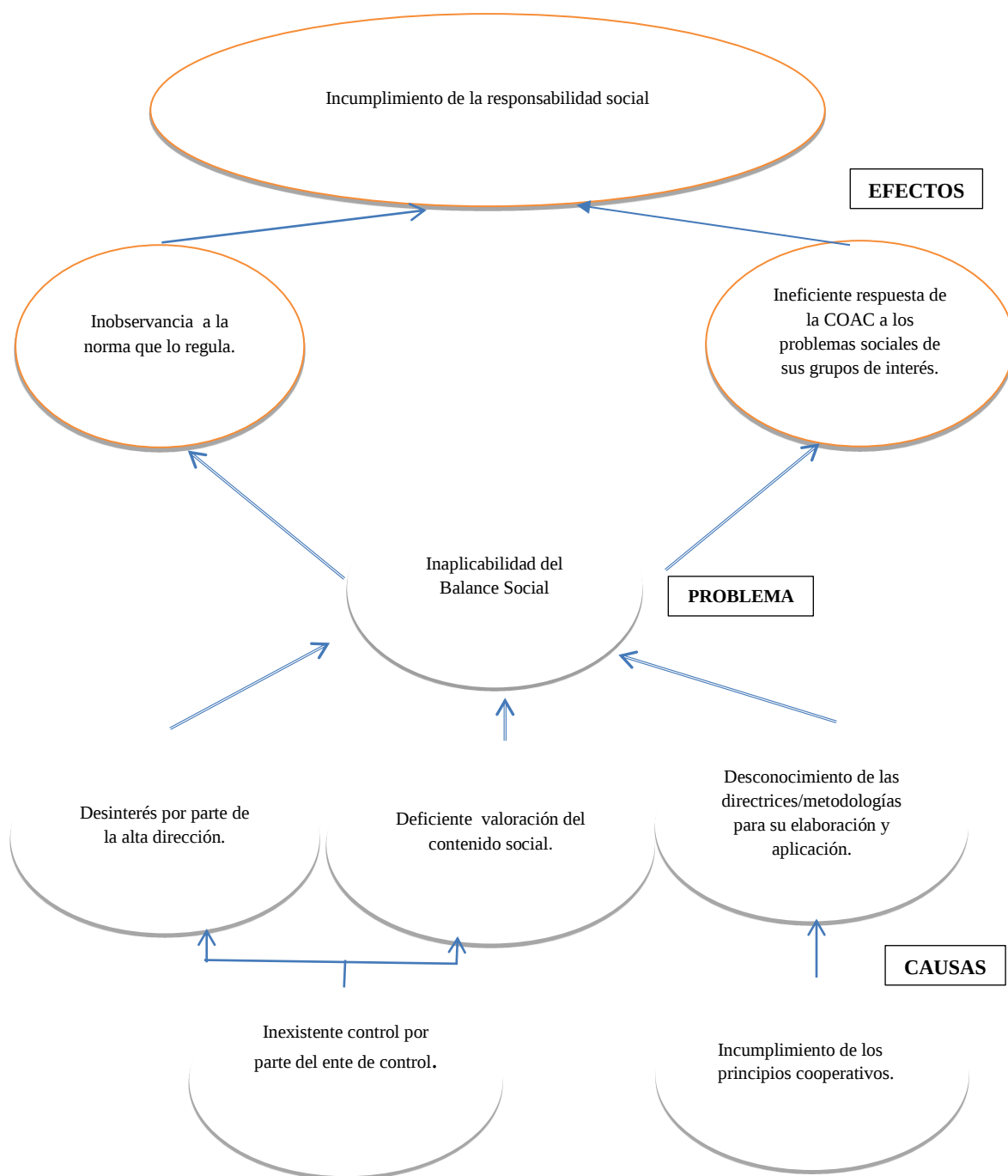


Gráfico N° 2. Árbol de Problemas
Elaborado por: Valeria Flores (2019)
Fuente: Investigación propia

Objetivos

Objetivo General

Analizar la incidencia del Balance Social como herramienta de medición y control de la responsabilidad social en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Juan Pio De Mora” Matriz, Cantón San Miguel, Provincia Bolívar.

Objetivo Específicos

- 1) Determinar los aspectos teóricos sobre la responsabilidad social.
- 2) Diagnosticar las prácticas de responsabilidad social en el Coac. Juan Pio de Mora.
- 3) Proponer un modelo de balance social basado en la Metodología ACI que mida el cumplimiento de los principios Cooperativos.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la investigación

El presente trabajo investigativo se refiere a la importancia del balance social en el sistema cooperativo nacional, en tal sentido es necesario mencionar los logros obtenidos en otros escenarios tales como, Estados Unidos, España, Francia, Italia, Bélgica, Brasil, Colombia entre otros países. Sus experiencias con seguridad sirven de referencia para implementar el balance social en el sistema financiero ecuatoriano, sin desconocer que estas prácticas internacionales se replican del mundo empresarial.

Existen importantes referencias científicas tales como: (Álvares, 2002), (Alvira, 2001), (Argandoña, 1994), autores como estos nos demuestran la importancia de las empresas y de la responsabilidad social en el campo empresarial, hay que reconocer que estos autores han trabajado en escenarios más evolucionados, situación que aún no se desarrolla en Ecuador, ya que existe un distanciamiento entre empresa y sociedad, es decir un cierto rechazo de los sectores sociales a la empresa ecuatoriana.

En las últimas décadas del siglo pasado se desarrolló un amplio debate acerca del término de responsabilidad social corporativa tanto en el ámbito académico como empresarial. Se entiende que se tomó muy en serio la responsabilidad social desde la lógica de la responsabilidad que las entidades financieras tienen con la sociedad. Es decir que en el ámbito internacional la empresa tiene otro concepto de

la sociedad justamente porque sin sociedad no hay empresa, tampoco la empresa podría evolucionar sin que la sociedad confíe en el mundo empresarial. Bajo estas consideraciones elementales es pertinente trabajar en una nueva cultura de sociedad impulsando a las entidades de la economía social a elaborar y presentar un balance social donde se debe poner de manifiesto sus comportamientos socialmente responsables con los diferentes grupos de interés que la conforman.

Es preciso reconocer que la economía social la comprenden cooperativas, mutuas y organizaciones voluntarias, la característica que diferencia a dichas organizaciones frente a las organizaciones públicas y privadas es la de ser organizaciones compuestas de individuos comprometidos, orientadas hacia el bien mutuo o social y basadas en determinados valores y principios. Además, estas organizaciones son reconocidas socialmente como un pilar fundamental para cubrir ciertas necesidades que aquejan a la población.

Los principios cooperativos de la ACI (Alianza Cooperativa Internacional), revisados en el Congreso de Manchester de 1995, son los que inspiran revisar la razón de ser y de existir de las cooperativas, frente a ello es necesario elaborar un instrumento que mida, evalúe, compare y registre el cumplimiento de dichos principios y de su propia identidad, la aplicación del balance social permitirá realizar comparaciones intercooperativas, reconocer si la cooperativa cumple o no con su misión institucional para la cual fue creada y específicamente en la Coac. Juan Pio de Mora se pretende implementar un balance social basado en los principios cooperativos que permitan transparentar la información social y contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades en las que se encuentran insertada la institución.

Responsabilidad Social Corporativa – Grupos de interés

La responsabilidad social corporativa o empresarial se plasma en el balance social, por lo que es fundamental conocer de dónde nace este término, en la historia se dice que: [...] Zaratustra¹⁵ dedicó su tiempo a desarrollar una filosofía basada en la responsabilidad social y en tres pilares fundamentales que el distinguió como, buenos pensamientos, buenas palabras y buenas acciones“. Al definir su filosofía

de responsabilidad social, Zaratustra tuvo que enfrentar grandes dificultades y hasta arriesgar su vida para convencer al rey de Persia KaviVishtaspa. Le tomó a Zaratustra dos años de rigurosa perseverancia para deliberar y hacer llegar el conocimiento sobre responsabilidad social al rey y a la reina, a la corte y a su comunidad. Finalmente lo logró y el mensaje se extendió por todo el imperio persa (Abreu y Badii, 2007: 55).

Entonces, está preocupación por la responsabilidad social y corporativa no es algo nuevo, el término responsabilidad social tiene origen con el filósofo Zaratustra quien “propuso sus estrategias de responsabilidad social en el primer tratado de ética que conoció la humanidad: Los Gathas¹⁶” (Abreu y Badii, 2007: 53). “el mensaje propone un progreso humano a través de la armonía con la naturaleza y la igualdad del hombre y la mujer” (Abreu, 2007). También Lozano (2009) indica que “en los años cincuenta, se habla de la Responsabilidad Social Empresarial - RSE, sobre todo, en relación con la conciencia y voluntad de los directivos; de hecho, lo habitual era hablar de ética empresarial” (Lozano, 2009: 23). A finales de los cincuenta, las mujeres empiezan a alcanzar reconocimiento. Las empresas con mayores necesidades en crecimiento, el comienzo de movimientos de derecho civiles o la Guerra Fría, fueron las preocupaciones de los sesenta (Lozano: 2009). En los sesenta, “el tratamiento de la RSE se plantea ya en clave corporativa” (Lozano: 23). En los setenta, con la afirmación de Milton Friedman que generó controversia “la responsabilidad social de la empresa es aumentar sus beneficios” (Lozano, 2009: 24), pero esto contribuye al debate sobre RSE. En los ochenta, “la RSE se concebía también como una cuestión de políticas de la empresa” (Lozano, 2009: 24). En los noventa, “responde a un intento de expresar mejor la creciente conciencia de todo lo que implica el concepto de RSE. [...] se refiere a una ampliación de las exigencias que se plantean a la empresa, sin olvidar que es siempre una ampliación meramente añadida [...] a las exigencias económicas y legales” (Lozano, 2009)

Por otro lado, se da indicios entre los 80 y 90 “en simultáneo con el agotamiento del modelo de Estado de Bienestar¹⁷ y el auge del neoliberalismo¹⁸, la sociedad comenzó a demandar a las empresas mayor responsabilidad social y ambiental,

además de un comportamiento más ético y transparente” (Kirschner, 2005: 133); así empieza el crecimiento de lo que conocemos como responsabilidad social. La supervivencia de la empresa se mira desde la implementación de recursos innovadores para la sociedad, “en los años 90, asociaciones y foros empresariales, así como empresarios en forma aislada, comenzaron a discutir la función social de la empresa y su responsabilidad en la sociedad” (Kirschner, 2005). Lozano (2009) cuenta que: [...] Cuando hablamos de empresa ciudadana“ [...] implica la asunción de que la empresa no constituye solamente una institución económica, sino también una institución social. [...] Podríamos decir que una empresa contemporánea gestiona cuatro capitales: el económico, el humano, el social y el medio ambiental [...] (Lozano, 2009: 22).

Es así como, la responsabilidad social empresarial es parte de los derechos humanos también, “hoy en día es imposible plantearse una política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) válida, sin tener en cuenta los derechos humanos” (Prandi et al., 2007:15). Cualquier política empresarial no es solo en base a la normativa laboral o medioambiental vigente, por lo que las estrategias deben ir muchas veces reflejando los instrumentos nacionales, internacionales y derivados del aspecto voluntario (Prandi et al., 2007). También, “la RSE debe ser una de las últimas expresiones del rompimiento con la cada vez menos adecuada separación entre lo público y lo privado” (Aguilar y Neira, 2007c: 117). Por lo tanto, “la sostenibilidad es el resultado del ejercicio de derechos y responsabilidades de todos los sectores: sociedad civil, empresa privada y Estado. El papel de cada uno es necesario e irremplazable, pero ningún sector puede cumplir estas metas por sí solo. De ahí, lo imprescindible del trabajo en asocio” (Morales, 2006: 7). La responsabilidad social se origina en la actualidad con los empresarios que desean “mejorar su imagen pública” (Kirschner, 2005: 134) y para esto el empresario busca reflejar el fruto de sus actividades en el entorno en que le rodea, contribuyen con la sociedad a cambio muchas veces de propaganda o publicidad, para hacer notar su esfuerzo por apoyar al medio ambiente, a la salud y al bienestar de la comunidad, la responsabilidad implica “[...] un compromiso económico, humano, social y medioambiental. Una empresa es ciudadana en la medida en que se valora desde su contribución a la sociedad, y no simplemente desde su capacidad de maniobra en el

mercado y ante la legislación” (Lozano, 2009: 22). Sin embargo, la RSE sólo sería posible si se considera su entorno definido por los grupos de interés, conocidos también como stakeholders¹⁹ de la empresa (Prandi et al., 2007), por tanto, la definición de “[...] stakeholder surge en los años sesenta, pero no es hasta los noventa cuando empieza a considerarse un concepto clave para la definición de RSE” (Prandi et al., 2007: 17-18). Tomando en cuenta lo planteado por Freeman²⁰ los stakeholders “son aquellas personas o grupos de personas que influyen en la consecución de los objetivos empresariales o pueden verse influidos por ellos” (Prandi et al., 2007: 17-18). Los stakeholders o grupos de interés son todos los que permiten que un negocio pueda surgir, ejemplo: “clientes, empleados, accionistas, inversores, proveedores, socios, comunidades locales, organizaciones sociales, sindicatos, administración pública, cámaras de comercio, generaciones futuras, poblaciones indígenas, organizaciones de mujeres, grupos religiosos, organismos internacionales, etc” (Prandi et al., 2007: 18). Es decir, son aquellos actores sociales que participan en la continuidad.

Según Prandi et al. (2007b) la responsabilidad social empresarial debe tener características mínimas: primero definir los grupos de interés o stakeholders; segundo mantener una cuenta con los resultados sociales, ambientales y económicos; tercero lograr una relación donde todos ganen y cuarto mantener un sistema de gestión para conocer el “impacto generado” (Prandi et al., 2007b: 68).

Los stakeholders son todas aquellas personas que hacen posible la continuidad de un negocio, cabe indicar que se debe tener en cuenta quienes conforman los grupos de interés para cada estudio.

La responsabilidad social debe basarse en valores que permiten el desarrollo integral del sector donde está se constituye, así el Balance Social permite evaluar la aplicación de políticas sociales OIT, 2001(Organización Internacional del Trabajo). Considerando políticas y normas internacionales también, como por ejemplo “los derechos humanos [...] que permiten orientar la toma de decisiones empresariales y, por consiguiente, la política de RSE hacía lo que es éticamente correcto [...] ante la opinión pública en general y nuestros consumidores reales y potenciales” (Prandi et al., 2007: 16). Asimismo, el instrumento Balance Social, debe ser difundido para

analizar los resultados alcanzados en cuanto a la misión social, humana, económica, política y ambiental de la cooperativa.

Recogiendo lo más significativo de lo que en esencia es la responsabilidad social y construyendo un concepto sería un compromiso social, moral y ético que las empresas u organizaciones tienen con la sociedad y el entorno que las rodea.

Debe ser un compromiso que rompe con lo momentáneo y parcial para ser un compromiso auténtico que se proyecta en el futuro de la empresa y que influye en las decisiones de la organización. Teniendo en cuenta que, el compromiso es una decisión íntima de la empresa, fruto de una reflexión sobre la responsabilidad que la empresa tiene y sobre los agentes ante los que es responsable. El compromiso responsable nace del interior de la propia empresa, debe ser compartido por todos y cada uno de los directivos, empleados, proveedores, socios de la organización y debe comunicarse a las partes interesadas de la institución.

La responsabilidad social constituye una nueva visión empresarial que supera aquellas acciones filantrópicas que inspiradas en un sentido caritativo movían a la empresa a realizar donaciones esporádicas. El concepto actual de la responsabilidad social se enmarca en un proceso de toma de conciencia de: la eliminación de distancias entre la acción social del estado y la de las empresas, la nueva conciencia empresarial de la necesidad de ir más allá del cumplimiento de sus deberes laborales, contribuir a la solución de diversos problemas sociales internos y en el entorno comunitario, la necesidad de incorporar mejoras en materia de beneficios sociales para los trabajadores y responder a las expectativas que sobre ella tiene la sociedad, otorgando una nueva legitimidad a la acción empresarial

Balance Social

En los últimos años la expresión balance social ha ganado un espacio muy significativo y es indudable que las organizaciones deberían apoderarse de las técnicas no solo contables sino también económicas, sociales y ambientales, recogiendo las opiniones y conceptos de varios autores según (Colina, 2008) “consiste básicamente en reunir y sistematizar la información del área social, en un documento público, donde se pueden cuantificar los datos mediante el elemento

básico del balance social, que son los indicadores sociales. Un control periódico de esta información, lo más amplio, preciso y objetivo posible constituye un balance social", por otra parte (Montes, 2016) manifiesta que el balance social, es una herramienta de gestión que recoge resultados cuantitativos y cualitativos del cumplimiento de la Responsabilidad Social Cooperativa. Permite evaluar su desempeño tanto en términos de activos y pasivos durante un periodo determinado, como en el análisis y monitoreo de las áreas de mejora según los principios cooperativos, no obstante (Guédez, 2009) señala que el balance social connota un desempeño realizado por la propia organización para registrar y evaluar los resultados alcanzados a partir de una estrategia prefijada. Es por ello que el balance social representa una herramienta que se orienta a observar sistemáticamente el desempeño de la empresa respecto de sus respuestas a las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés; tanto de lo externo como de lo interno, refiriéndose a cifras cuantitativas y a significados cualitativos.

Un balance social es una herramienta que permite plasmar la realidad en que se encuentra la empresa respecto a su responsabilidad social, también reconoce los factores que deben ser mejorados en búsqueda del bienestar de la sociedad o comunidad, de los empresarios, empleados y sobre todo con el objeto único de mejorar y generar nuevos mecanismos que permitan vincular lo empresarial con lo social. (OIT O. I., 2001)

Un balance social tiene la finalidad de tomar conciencia frente a los empleados, la comunidad y la entidad considerando los recursos generados y utilizados; para esto es pertinente el uso de una herramienta que permita comprender de forma clara y objetiva que los recursos destinados a la "responsabilidad social no son un gasto sino una inversión" (OIT, 2001: 9), y a su vez, es una inversión hacia la rentabilidad económica y social (OIT, 2001: 9). La responsabilidad social constituye el aporte de la empresa en participación con el Estado, por lo que "compatibiliza el interés privado con el interés público, y la acción social de la empresa en derechos humanos tendrá un retorno social visible" (Prandi M. , 2007)

Según la ACI (Alianza Cooperativas Internacional) para las Américas, el Balance Social constituye una responsabilidad social para las cooperativas

plasmando la esencia de las mismas se basa en principios y valores, creando lo denominado como responsabilidad social corporativa, así se alinean en ser socialmente responsables (ACI, 2012).

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria decide implementar una herramienta de gestión a la cual la denominan Balance Social que (Paéz Pareja, 16 de Octubre de 2014) define al Balance Social como: “El Balance Social es aquella herramienta de uso periódico que no necesariamente se confeccionará bajo la fórmula de un balance tradicional contable. A través de la cual se cuanti-cualifica la responsabilidad social de la entidad en ámbitos como el medioambiental, el económico y el social, por medio de un documento público y tomando como referencia una serie de principios y valores previamente establecidos y acordados (ACI, LOEPS...) relacionando estos con la misión y visión de la entidad.” Mientras que para la Organización Internacional del Trabajo (2001, pág. 1) define al Balance Social como “ instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos o cualitativos la gestión social de una empresa, en un periodo determinado y frente a unas metas preestablecidas.” Se puede concluir que el Balance Social es una herramienta de Gestión que realizan las Instituciones del Sistema Financiero, en la cual los Consejos y los altos ejecutivos demuestran el cumplimiento de su responsabilidad social a sus clientes externos e internos y así demostrar el cumplimiento de sus valores y principios cooperativos. (OIT O. I., 2001)

Recogiendo lo más importante se podría resumir que el balance social es un instrumento de gestión que permite informar el accionar social que tienen las empresas con la sociedad y se evalúa mediante indicadores cualitativos y cuantitativos el grado de cumplimiento de la responsabilidad social que las organizaciones tienen.

Importancia del Balance Social

De la importancia del balance social se desprende que la evaluación de cualquier desempeño debe realizarse con referencia a sus objetivos y naturaleza. Ahora bien, en la empresa ocurre algo diferente: su actividad involucra aspectos económicos a

la vez que sociales y, por lo común, sólo se evalúan los primeros. Al fin del ejercicio, el directorio se sentirá satisfecho si exhiben un buen balance, es decir, una sólida estructura patrimonial y un excelente resultado económico. Esta visión aunque real y precisa es incompleta, pues la acción empresaria abarca la realización de otros objetivos que no pueden medirse exclusivamente mediante el balance económico financiero tradicional, donde pasa a ser deficiente y es aquí donde se empieza a hablar de balance social. (Rodríguez, 2012)

Cada vez es más indispensable la necesidad de informar sobre las consecuencias sociales del accionar de la empresa tanto interna como externa. Pero, ¿cómo lograrlo? ... Es necesario entonces implementar un sistema de información que abarque las etapas de planificación, procesamiento, evaluación, control y exposición referido a la gestión social de la empresa (un subsistema dentro del sistema de información del ente).

Esta información que es presentada a través de los distintos modelos y que amplía la que producen los estados contables tradicionales, se realiza a través de informes denominados genéricamente balances sociales por analogía con los contables.

Una vez que cada empresa ha analizado sus responsabilidades sociales en un momento dado, parece lógico que el siguiente paso consista en enumerar los objetivos sociales planteados, tal y como se hace respecto a los objetivos económicos, por otro lado hace falta el empoderamiento de este tema a las organizaciones de la economía social como algo significativo y de obligatoriedad su elaboración, revisión, evaluación y seguimiento respectivo al cumplimiento de la misión que tiene cada institución.

Ventajas del Balance Social

En cuanto a las ventajas se podría indicar que la elaboración periódica y sistemática del Balance Social Cooperativo, posibilita ofrecer información homogénea y sistematizada de las acciones sociales llevadas a cabo por las cooperativas, al poner de manifiesto la situación social de la organización en un momento determinado y la evolución operada a través del tiempo.

También es transcendental para detectar las debilidades y fortalezas permitiendo corregir los errores que pueden llevar a estas organizaciones al fracaso, si estos no son advertidos a su debido tiempo.

Sirve para promover la interacción entre los miembros de la empresa, con relación a otras instituciones.

Facilita la vinculación y comparación con otras cooperativas. Respecto a este último aspecto es donde existe la mayor debilidad y aún resta mucho por hacer, dado que es dificultoso encontrar análisis comparativos por la falta de homogeneidad de los datos relevados, y al escaso número de cooperativas que lo están materializado, siendo esto imprescindible para el análisis crítico de las acciones sociales y para alcanzar uno de los objetivos fundamentales que la A.C.I., se propone con la elaboración de estos informes o balances sociales. Sin embargo, son cada vez más las cooperativas en Ecuador que están tomando conciencia de la importancia de su elaboración.

A medida que profundizamos en la realización del Balance Social y democratizamos su conocimiento, se obtienen beneficios; no sólo como otra forma de análisis de los resultados de la gestión, sino como una herramienta que nos permite mejorar la calidad de la misma.

En otras palabras es necesario e importante informar a los socios sobre los aspectos de la gestión, que los informes contables y financieros no permiten reflejar, porque las acciones sociales hacen a la esencia misma de las organizaciones de la economía social.

Recapitulando el balance económico-financiero tradicional es al acto de comercio como el balance social en las cooperativas es al acto cooperativo que recoge información de tipo social mediante la aplicación de indicadores cuantitativos y cualitativos.

Según la OIT (organización internacional del trabajo) "el balance social por sí solo no podrá conseguir transformar una empresa, pero si es aplicado en un ambiente favorable será un elemento de enorme utilidad. Su práctica facilita el

desarrollo de una política social voluntaria y no impositiva, ya que es una herramienta fundamental para la toma de decisiones relacionadas con la responsabilidad social libremente asumida".

Brinda información detallada a la alta dirección para la toma de decisiones en la fijación de políticas y estrategias sociales. Permite racionalizar los recursos con que cuenta la empresa evaluando la efectividad de los mismos. Brinda un mayor conocimiento de las características socio-laborales del personal y la contribución de la empresa al desarrollo integral del hombre. Es un instrumento que facilita la fijación de políticas sociales a nivel de la empresa y sectorial. Se constituye en un aporte valioso para las negociaciones colectivas. Muestra la contribución de la empresa al desarrollo humano del país.

De este modo, contempla tres dimensiones (la económica, la ambiental y la social); identifica las categorías que comprende cada una de ellas así como los indicadores cuantitativos y cualitativos que permiten seguir la evolución de los resultados. Su estructura parte de los principios de transparencia, inclusión y verificación; a su vez, esos principios son los que determinan las características que debe tener la información: completa, relevante y situada en un contexto de sustentabilidad. La calidad y veracidad de información deben garantizarse mediante su precisión, objetividad y comparabilidad.

También deben contemplarse aspectos como la accesibilidad a la información, teniendo en cuenta la claridad en la presentación de los datos (definida en función de los públicos de interés de la empresa y su periodicidad).

Cabe destacar, entonces, que este modelo está siendo adoptado por más de 300 compañías de primer nivel. (LORENZO, 2005)

Objetivos

Para (Zabala Salazar, 2008) en su trabajo “Construcción de un modelo de Balance Social para el Cooperativismo de una Región Latinoamericana: El caso de Antioquia (Colombia)”, menciona los siguientes objetivos que debe cumplir el Balance Social:

- “Evaluar el desempeño social de las organizaciones en un momento determinado.
- Servir de base para planificar las actividades de las organizaciones en beneficios de todos los públicos, en las áreas que se relacionen con la política social institucional.
- Evaluar los resultados de la acción social de la organización empresarial.
- Lograr proyección social de la organización empresarial.
- Crear instrumentos más efectivos para medir y controlar las consecuencias, los costos y los beneficios sociales de sus actos.
- Realizar correcciones respecto al manejo y dirección de los recursos involucrados en las acciones sociales.
- Servir de instrumento para medir el acercamiento al cumplimiento de objetivo social de la organización.
- Crear y facilitar la formación de opinión, mediante la garantía de una información objetiva, clara, detallada, veraz y oportuna.”

Sistema de Información Social

Es el conjunto de herramientas, datos estadísticos, personal capacitado y procedimientos organizados para: capturar, almacenar, actualizar, manejar, analizar y desplegar toda información en un sistema de referencia.

También es el conjunto de recursos y procedimientos, con sus respectivos resultados, que indican el registro sistemático de las acciones sociales de una organización.

La determinación del método y de los criterios de clasificación, es esencial para establecer un adecuado sistema de información social que alimente las variables constructoras del balance social.

Casi todas las cooperativas en los informes anuales incluyen un resumen de las acciones y presentan cuadros que sintetizan la participación y la inversión, presentan lo social como complemento sobre la base de una información parcial e inconexa, introduciendo sólo aspectos positivos de la gestión en este campo, a veces mostrando una imagen distorsionada de la realidad. Es común el acopio de

información a última hora sin sistematización, generando datos poco cuantificados que impiden el análisis comparativo sobre bases rigurosas y homogéneas

Para tener un balance social que identifique la realidad de la organización, faculte la comparación y contribuya a originar correctivos en la gestión social futura, sus fuentes deben gestarse metódica y sistemáticamente. Para ello es necesario un Sistema de Información Social compatible con la información contable tradicional. (Fernandez L. , 1988)

CLASIFICACIÓN DEL BALANCE SOCIAL

El balance social se puede clasificar según distintos criterios:

Según el destinatario

- **Balances sociales internos.-** Aportan información a los directivos y a los trabajadores de la empresa (agentes sociales internos). Como ejemplo puede citarse el balance social impuesto por la ley francesa de 1977. Los balances sociales exclusivamente internos brindan información más específica y analítica.
- **Balances sociales externos.-** Están dirigidos a los interlocutores sociales externos como la comunidad, el estado, los medios de información, los clientes, etc. Son ejemplos de este tipo los balances estadounidenses e ingleses.
- **Balances sociales mixtos.-** Se reconocen como destinatarios a ambos colectivos. Entre ellos pueden mencionarse algunas experiencias alemanas.

Según su utilidad o finalidad

- **Instrumentos de relaciones públicas.-** Tratan de lograr una mejor imagen de la empresa.
- **Instrumentos de información empresarial.-** Reúnen en un documento único las informaciones hacia los distintos colectivos sociales con los que la empresa se relaciona.
- **Instrumentos de gestión social integrada.-** Incluyen además las etapas de planificación y control.

Según el nivel de participación en la elaboración

Este criterio diferencia el nivel de participación de los diversos actores sociales en la determinación del objeto a analizar, en el modo de realizarlo y en la evaluación de los resultados. Así se distinguen:

- **Balances sociales unilaterales.-** La labor recae en un sólo agente social, generalmente los directivos de la empresa.
- **Balances sociales con participación parcial.-** Se incorporan otros agentes sociales en su elaboración, como los trabajadores o sus representantes.
- **Balances sociales multilaterales.-** Participa un número indeterminado de agentes sociales, que tendría como límite utópico a todos los que interactúan con la empresa. El problema de este tipo de balances reside en cómo poder materializarlos en la práctica, por la variedad de enfoques, necesidades de información, etc.
- **Balances sociales obligatorios por ley.-** En países como Francia y Portugal se establece la obligatoriedad de emitir balances sociales para empresas que emplean un número determinado de trabajadores.
- **Balances sociales voluntarios.-** Su emisión es facultativa para la empresa. La primera alternativa se presenta como una forma de asegurar la emisión generalizada del balance social. Aporta al gobierno elementos de planificación y control en el campo socio-económico.

Principales Modelos Utilizados a Nivel Internacional

Se presenta algunos modelos que se han desarrollado a nivel mundial para efectos de la preparación y presentación de Balances Sociales.

Los modelos existentes son los siguientes:

Global Reporting Initiative (GRI): Es un acuerdo internacional, elaborado con visión de largo plazo en el que han participado múltiples actores mundiales. Su

misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, aplicable globalmente y de manera voluntaria por organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios. (GRI)

AA 1000: Fue introducida en 1999 por el Institute of Social and Ethical Accountability, con el ánimo de ayudar a las empresas a entender y mejorar su desempeño ético y social, describiendo la forma de identificar temas claves y posteriormente reportarlos para ser auditados. (AA, 1999)

Ibase. Desde 1997, el sociólogo Heber de Souza del Ibase/Betinho (Instituto Brasileiro de Análisis Sociales y Económicos) logró concitar la atención de los empresarios brasileiros sobre la importancia y necesidad de convertir el balance social de las empresas en un modelo único y simple. En él predominan los datos que puedan ser expresados en valores financieros o en forma cuantitativa. (Heber, 1997)

CRS Europe Matriz: Es una matriz modelo que permite a las empresas reportar, comunicar y hacer Benchmarking. Esta es la propuesta de la organización CSR Europe, la cual reúne a las empresas europeas que promueven la Responsabilidad Social Empresarial en la región. Esta matriz es una poderosa herramienta online a través de la cual las empresas dan a conocer sus prácticas, principios y procesos. (CRSEurope)

Modelo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).- Este modelo, que tiene como fuente inicial la experiencia francesa de carácter obligatorio, ha sido ampliamente promocionado por la (OIT) en muchos países. Esta propuesta parte de considerar que el Balance Social es un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar la gestión social. Combina varios propósitos y desde el punto de vista metodológico adopta el criterio del destinatario, en sus dimensiones interna y externa.

Modelo de la Alianza Cooperativa Internacional para las Américas (ACI-AMÉRICAS) El modelo que propone la ACI-Américas ha incorporado avances consensuados, implementando un conjunto de dimensiones e indicadores en los que

se sustentan los ejes de influencia y que, sistematizados, permiten la presentación del informe de BScoop de cada organización y sujeto a ser certificado por la ACI-Américas. (Américas, 2012)

Indicadores del Balance Social

Como bien se ha mencionado el Balance Social “es un mecanismo de reafirmación identitaria como parte del sector económico popular y solidario. Contribuye a la transparencia a través de la participación activa y democrática de los socios en la gestión de su organización”, (Jácome, 2014) el cual posee indicadores de desempeño que los podemos observar al realizar el Balance Social.

Indicadores de Desempeño Económico. - Este grupo de indicadores busca dar transparencia a los impactos económicos de la empresa, no siempre contemplados de una manera sencilla en los demostrativos financieros convencionales.

Indicadores de Desempeño Social. - Los indicadores de desempeño social buscan expresar los impactos de las actividades de la empresa con relación al público interno, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y sociedad en general.

Indicadores de Desempeño Ambiental. - La empresa se relaciona con el medio ambiente causando impactos de diferentes tipos y intensidades. Sea en relación al aire, agua, suelo o biodiversidad de animales y vegetales, ya es bastante amplio el conjunto de evidencias que relacionan el desempeño de una empresa con sus compromisos ante el medio ambiente. Una empresa ambientalmente responsable busca minimizar los impactos negativos y ampliar los positivos.” (Ethos., 2001)

Responsabilidad social y balance social en las cooperativas.

El concepto de empresa se ha transformado a través del tiempo. Su evolución está ligada a las transformaciones socioculturales operadas en el mundo, a los cambios en sus objetivos y misiones, y a la responsabilidad social que se les atribuye. La idea de la responsabilidad social se remonta a los años 20, más precisamente al año 1923, fecha en que el industrial británico Oliver Sheldon publicó una obra en la que manifestaba que “las responsabilidades básicas de la gestión son sociales”.

(SHELDON, 1923). Asimismo, García Echevarría, cuando se refiere al tema, también se remite a los años 20, pues en 1929 consideraba que “ya se reflejaba el hecho de buscar la `aportación a la comunidad o, en una traducción literal del concepto alemán, se trataba de la `economicidad comunitaria tal como lo expresó Schmalenbach”. Pero, a pesar de reconocer esta aportación, sitúa este inicio en los primeros años de la década del `60. (MUGARRA; 1995:88). Hay quienes también afirman que el concepto de responsabilidad social de las empresas, comenzó a tratarse en la década del `50 en Estados Unidos de América, donde el mundo empresarial se enfrentó a grandes presiones. Al respecto, el autor Clark Abt sostiene que “el movimiento hacia la responsabilidad social de las corporaciones en Estados Unidos representa una coalición informal y hasta cierto punto fortuita de grupos con un número de preocupaciones correlativas: la preservación ambiental (conservacionistas), igual oportunidad de empleos (minorías y mujeres), protección al consumidor, seguridad de empleo y calidad de trabajo (uniones, sindicatos), preservación de la empresa industrial libre de controles gubernamentales (administración e inversionistas), la simpatía de las instituciones privadas y públicas hacia las necesidades sociales (funcionarios del gobierno y ciudadanos con preocupación social), y la aplicación de métodos eficientes para la toma de decisiones concernientes a los muchos intercambios político-socioeconómicos que requieren los inevitables conflictos entre todos estos intereses legítimos (economistas y científicos sociales)”. (ABT, 1981:13). A partir de los años 70, el tema de la Responsabilidad Social se extiende hacia Europa Occidental, pero con marcadas diferencias respecto a la idea original estadounidense. Las empresas europeas viven más intensamente las demandas de los grupos internos, abanderadas por el mundo sindical, y esto a su vez le imprime un sello característico a los balances sociales europeos. Pero; luego del amplio debate iniciado acerca de la idea de responsabilidad social, durante el período 1965-1970, el interés comienza a decaer, a la vez que se manifiesta una reivindicación de dicha temática a comienzos de los años `70, momento en el cual se inicia dentro de la práctica empresarial un proceso de reavivación de este concepto. El término de responsabilidad social empresarial, aflora nuevamente a medida que las políticas y las cuestiones sociales comienzan a plasmarse en las memorias de las principales empresas. Los

administradores vislumbran la relación entre la rentabilidad financiera y una sociedad estable y saludable, que a su vez repercute favorablemente en el mercado. Sin embargo, durante los años ochenta la temática se ve desplazada por otras preocupaciones, motivado este cambio por el rebrote del pensamiento capitalista, el cual defiende la maximización del beneficio económico. Ya entrados en los años 90, se evidencia un cambio favorable de esta tendencia; surgen temas como la ética empresarial, sus credos y valores, rescatándose de esta forma la idea de la responsabilidad social empresarial. Actualmente, ya no se discute si las empresas son sujetos de responsabilidad social, aunque no existe consenso en cuanto a su real contenido y sus aplicaciones prácticas. Las diferentes acepciones de responsabilidad social obedecen, tanto a la divergencia de opiniones respecto al papel de la sociedad como a la ambigüedad de las palabras “responsabilidad” y “social”. Respecto a este tema, Schlusberg afirma que “responsabilidad en este contexto implica que el comportamiento empresarial debe responder a las necesidades de la comunidad y al mismo tiempo responsabilizarse de ello de alguna forma significativa; mientras que el término “social” sugiere que la empresa actúa no en la nada sino dentro de un sistema social, integrado por colectividades identificables” (SCHLUSBERG, 1969:67)

Ana María Castillo, propone una clasificación en la que distingue dos niveles de análisis: uno conceptual, que define la idea de responsabilidad social empresarial como un concepto abstracto genérico que puede expresarse como “la obligación ética o moral, voluntariamente asumida por la empresa como institución, hacia la sociedad en su conjunto en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle causado a ésta, ya en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa”; y otro de “carácter pragmático”... que se centra en la especificación y descripción de cuáles son las responsabilidades de la empresa en un contexto socio-económico determinado” (Castillo Clavero). Estos dos niveles deben considerarse en la interpretación de la responsabilidad social, como una responsabilidad integral, es decir, tanto económica como social ya que, según la opinión de la autora, la empresa, en el ejercicio de su función, ha de tomar conciencia de los efectos reales y totales de sus acciones sobre el entorno general, e internalizar unas pautas de comportamiento que

representen una actitud positiva, hacia la consideración de los valores y expectativas sostenidos por los integrantes de la sociedad. El Prof. K. Davis, sostiene que la responsabilidad social es la “obligación de una empresa, más allá de lo que exige la ley y la economía, de perseguir metas a largo plazo que sean buenas para la sociedad (Fernandez Lorenzo L. G., 1998), plantean que, “no es suficiente en cuanto a responsabilidad social se refiere, que la empresa no haga lo considerado social y legalmente incorrecto en un lugar y tiempo determinados; debe asumir un rol positivo tratando de mejorar la sociedad en la que se inserta. Pero; para poder concretar esa responsabilidad, la organización debe planificar las acciones sociales a emprender, incorporar los objetivos sociales a la par de los económicos, y asignarles un presupuesto. De este modo, la empresa asume su responsabilidad social, que se refleja en el actuar cotidiano y en el continuo proceso de toma de decisiones en todos sus niveles”. Esa responsabilidad social “...forma parte consustancial de la misión de la organización, pues ellas son constituidas para satisfacer las necesidades de sus asociados...” (Bastidas Delgado, 2004). Si para las empresas convencionales capitalistas, la implementación de la responsabilidad social es un desafío al que se han visto enfrentadas por las crecientes expectativas – demandas - ciudadanas y mayores exigencias de los gobiernos locales, para las empresas pertenecientes a la economía social, la responsabilidad social es parte de su estructura de gestión empresarial, de sus valores y de su dinámica de funcionamiento (BELHOUARI et. al. 2005, MONZÓN & ANTUÑANO, 2012). De modo tal que, actuar asumiendo esa responsabilidad es esencial, en tanto que, el hecho de ser cooperativa no garantiza una gestión socialmente responsable. Por lo tanto, si las empresas de capital empiezan a reconocer responsabilidades, más allá de las clásicamente aceptadas para con sus accionistas y a buscar consecuentes mejoras en sus mecanismos de rendición de cuentas, esta tarea es aún más urgente en aquellas organizaciones que recogen explícitamente en sus principios, compromisos socio-económicos; como es el caso de las cooperativas, definida según la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) en su Declaración de la Identidad Cooperativa, adoptada en el Congreso y Asamblea General en 1995, como:... “una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio

de una empresa de propiedad conjunta democráticamente gestionada”. Dos componentes esenciales resaltan en dicha definición: el componente social, constituido por la asociación de personas y el componente económico que es la empresa común. La doble dimensión señalada implica un alto desafío y torna más compleja a la organización, a la hora de gestionarla respetando los valores y principios cooperativos que junto a la definición expresada, constituyen su particularidad, su diferencia respecto a otras organizaciones. De manera que la cooperativa, debe ser socialmente responsable por coherencia con su propia definición constitutiva. Sin renunciar a la viabilidad económica, tampoco debe renunciar a su papel activo en el desarrollo social. Estas entidades se organizan y funcionan de acuerdo a un sistema de valores y principios comunes. Estos Valores y Principios Cooperativos están consensuados y explícitamente formulados por la ACI. Entre los Valores se mencionan los de Responsabilidad Social y Preocupación por los demás. Los Principios definen su esencia y orientan la actuación de la cooperativa, comprometiéndose a ponerlos en práctica: Asociación voluntaria y abierta; Control democrático por los asociados; Participación económica de los asociados; Autonomía e independencia; Educación, capacitación e información; Cooperación entre cooperativas; Preocupación por la comunidad. Estos principios configuran un todo coherente en el que cada principio se entrelaza con el resto y se apoyan mutuamente. Éstos se convierten en criterios de evaluación de la autenticidad de las empresas cooperativas, donde la responsabilidad social tiene injerencia en todos ellos, más allá del séptimo principio. Las cooperativas se han situado a menudo en la vanguardia de las innovaciones sociales. Aspectos como la democracia económica y la participación del trabajador; la apuesta por la educación y la intercooperación, la mejora de las condiciones de vida de sus empleados y socios, la preocupación por los clientes y consumidores, etc. han sido en general tomados en consideración por las cooperativas antes que por otras formas empresariales. Esta ventaja temporal, en la asunción de compromisos no se ha visto completada, por lo general, con una gestión sistemática de su responsabilidad social. En este ámbito no es suficiente con aplicar los modelos ya diseñados fundamentalmente para las grandes empresas de capital, sino que deben ser diseñados y elaborados conforme a las especificidades de las cooperativas.

En ese entendimiento, se realiza el aporte de los docentes e investigadores de la Universidad Nacional de La Plata, que culmina con la construcción de un modelo a la medida de las cooperativas, respetando su filosofía e identidad. En esa concepción se define Balance Social Cooperativo: “al informe que emite una organización, cuya finalidad es brindar información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social asumida y ejercida por ella. Constituye una herramienta para informar, planificar, evaluar y controlar el ejercicio de dicha responsabilidad. Su conocimiento es de utilidad para directivos, trabajadores, sindicatos, estado, universidades y público en general. En él se encuentran temas concretos que permiten reflexionar y elaborar propuestas para ayudar a concebir y perfeccionar cualquier organización” (Fernandez Lorenzo L. G., 1998)

Cooperativismo a nivel mundial

Se podría repasar que una cooperativa nace por la necesidad de compartir determinados recursos entre un grupo de seres humanos y especialmente redistribuir estos recursos entre la comunidad, en muchos de los casos la necesidad está plasmada desde la clase obrera hasta la burguesía, cuya finalidad dependía de sus valores corporativos. Repasaremos a continuación como se inició el cooperativismo: Es así que “en sus orígenes europeos más cercanos – mutualismo, cooperativismo, comunidades autónomas, etc. – a comienzos del siglo XIX, la economía social tenía una clara pretensión de defender los intereses de la clase obrera ante el capitalismo salvaje, pero también de constituirse en sistema alternativo” (Coraggio, 2011). “Podemos afirmar que las cooperativas y mutualidades son básicamente formas de organización del movimiento obrero, junto con los sindicatos y los partidos de obreros” (Laville y Garcia, 2009: 141).

A través del asociacionismo obrero basado en principios de igualdad, libertad y adhesión voluntaria, buscaba en los espacios públicos y populares intervenir por una igualdad de condiciones y construir un espacio en la economía (Laville y Garcia, 2009). Es así que, las “asociaciones y cooperativas han realizado una nueva incursión en la economía y en la política durante el último cuarto del siglo XX” (Laville y Garcia, 2009: 17). El interés por constituir cooperativas y asociaciones viene marcado a raíz de las nuevas normas de rentabilidad sobre el capital invertido

libremente, de ahí que los trabajadores intentaron convertir las empresas en cooperativas (Laville & García, 2009).

Aun cuando las organizaciones cooperativas en nuestro contexto latinoamericano desarrollan una importante labor social que abarca en primer lugar las necesidades y expectativas de sus asociados y que además se vinculan y comprometen con la solución de los problemas de la comunidad en la que se insertan así como de la sociedad en general, carecen en su mayoría de un instrumental de gestión que permita a la cooperativa garantizar la mejor utilización de los recursos de que dispone en todos los campos de actuación, así como fundamentar estrategias de desarrollo y acción social que respondan a las necesidades y demandas reales de su recurso humano, familia, comunidad y sociedad.

Es revelador tener presente que el futuro de las cooperativas está condicionado a la observación más estricta de su espíritu social, sobre la base de procesos económicos eficientes y eficaces.

Esta importante necesidad no puede postergar su resolución, las cooperativas deben expresar con su acción diaria las razones de su existencia como forma especial de asociación de personas con un objetivo común, y ello obliga a gestionar adecuadamente todas sus dimensiones y no únicamente las económicas.

Por otra parte, el desarrollo actual y el desempeño de las cooperativas de base demandan el diseño y aplicación de una metodología que permita el auto diagnóstico sobre el grado de cumplimiento de los principios del cooperativismo, la planificación y el control adecuado en la materialización de éstos y además brinde la posibilidad de establecer cierto grado de comparación entre nuestras entidades, basadas principalmente en el nivel de cumplimiento de los principios cooperativos.

Estos principios deberán ser medidos y evaluados a través de una serie de indicadores generales que podrán ser acompañados de otros que respondan con mayor precisión a las características y particularidades de cada organización.

Las cooperativas, en su necesidad de registrar, medir y evaluar su desempeño o acción social, cuentan con la ventaja que confiere su especificidad como empresa, que la convierte en una organización peculiar y diferente del resto y que está determinada por su compromiso social, tanto con respecto a sus asociados como con respecto a otros colectivos interrelacionados con estas organizaciones. El informe sobre el grado de desempeño social de las cooperativas debe constituir un instrumento de gestión que garantice la autenticidad e identidad de estas entidades. (Aguirre, 2001)

En nuestra región latinoamericana, el diseño y puesta en práctica de un sistema de información estructurado que contribuya al reconocimiento del espacio que el movimiento ha ganado dentro de las economías nacionales y de la región constituye una prioridad para su inserción como un sector más de la economía. Al mismo tiempo dotará al movimiento de datos y estadísticas objetivas para su defensa política, lo que significa una necesidad actual ante corrientes y tendencias que se oponen al cooperativismo en algunos países.

Muchos países de nuestra región han desarrollado esfuerzos en aras de diseñar y establecer metodologías de medición y evaluación del desempeño social de las cooperativas y actualmente han aunado esfuerzos en pos de asimilar las experiencias más significativas y de mayor reflejo de la acción social y los resultados del trabajo de nuestras organizaciones. (Alfonso, 2008)

Cooperativismo a nivel nacional.

El cooperativismo es una de las más antiguas, expandidas y consolidadas formas de economía asociativa solidaria (Miquel, 1988: 52). Las cooperativas de ahorro y crédito buscan crear un vínculo social, hay que reflexionar sobre la forma jurídica, puesto que existe “un cooperativismo popular, principalmente de trabajo autogestionario, y otro que cubre servicios vitales: consumo, vivienda, comercialización, ahorro y crédito, de profundo contenido para los sectores medios y de bajos ingresos” (Miquel, 1988: 52).

La historia del Ecuador marca sus indicios en el cooperativismo, pero fundamentalmente hechos históricos provocan la génesis del cooperativismo que a

continuación se refleja de esta forma: los orígenes del movimiento cooperativo ecuatoriano tiene tres etapas fundamentales: la primera en el siglo XVIII, cuando especialmente en Quito y Guayaquil, se crearon una serie de organizaciones artesanales y mutuales. La segunda empieza a partir de 1937, el Estado dicta la primera Ley de Cooperativas, la tercera etapa, se inicia a mediados de los años sesenta con la expedición de la Ley de Reforma Agraria, en 1964 y la nueva Ley de Cooperativas, en 1966 (Da Ros, 1985: 13).

En el Ecuador, se aprobó la Ley de Economía Popular y Solidaria; LOEPS, 2011 en la sección 3 sobre el Sector Cooperativo, artículo 21 define al conjunto de cooperativas como “sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales [...] con personalidad jurídica de derecho privado e interés social” (LEPS, 2011: 5). En el Artículo 4 menciona los principios¹⁰ que deben ser guiados y trabajados por quienes sean parte de una Economía Popular y Solidaria: La búsqueda del buen vivir y del bien común; la prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; el comercio justo y consumo ético y responsable; la equidad de género; el respeto a la identidad cultural; la autogestión; la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y la distribución equitativa y solidaria de excedentes (LOEPS, 2011: 3).

Las cooperativas son parte de un grupo identificado por la actividad que desarrolla; en la LOEPS, 2011 en su artículo 23 indica los grupos de cooperativas según su actividad que son: cooperativas de producción que se refiere a realizar bienes lícitos y desarrollar actividades agropecuarias, artesanales, huertos familiares, entre otros; en lo que se refiere a cooperativas de servicios menciona que los trabajadores serán parte de los socios y desarrollarán actividades con un propósito común como: trabajo asociado, transporte, entre otros; con respecto a cooperativas de vivienda se vincula con la adquisición de bienes inmuebles con la finalidad de construir viviendas u aficiones para el bien común de sus socios; de la misma manera con respecto a las cooperativas de ahorro y crédito busca la participación voluntaria de sus socios pero la finalidad es la intermediación financiera, finalmente en las cooperativas de consumo buscan abastecer a sus socios

de bienes como: semillas, abonos, entre otros. (LOEPS, 2011). Las cooperativas en el Ecuador son quizá una de las formas más representativas usadas a partir de la crisis bancaria en 1999. “Las cooperativas de crédito podrían convertir la ética y el compromiso social en un arma competitiva con la que hacer frente a las amenazas del entorno y a sus propias debilidades” (Castro et al., 2011: 265). Las cooperativas nacen de la acción de los trabajadores de la industria por necesidad de conformar cooperativas o mutuales de consumo, ahorro y crédito, entre otras (Miquel, 1988), y recientemente por “[...] la crisis, por su extensión y por la agudización de la necesidad extrema de auto subsistencia genera formas económicas populares y solidarias en la producción y el consumo, para atenuar los efectos de la pobreza, el desempleo y la falta de oportunidades” (Miquel, 1988).

Una vez que el Cooperativismo se difundía por todo el Ecuador, llega a la provincia Bolívar con Monseñor Cándido Rada, por medio de los curas y párrocos de las diferentes localidades consiguió que algunos ciudadanos asistieran a un curso de entrenamiento de Administración y Contabilidad por el mes de Agosto de 1.962, al mencionado curso asistieron cinco señores de San Miguel como el Sr. Bolívar Solano, Julio Duche, Carlos Duche, Víctor Villagómez y Agustín Villagómez. Terminando el curso el Sr, Bolívar Solano quien se encargó de dar a conocer sobre el Sistema y las ventajas que tenía el Cooperativismo en este Cantón, algunas personas asistieron a este curso, pero por satisfacer el llamado que se hacía por intermedio del Sacerdote, las mismas personas fueron los primeros socios de la Pre cooperativa. Entre estas personas apareció el Dr. Rodrigo Barragán quien había adquirido conocimientos cooperativos en España, se pusieron de acuerdo con el Sr. Bolívar Solano y comenzaron a fundar la primera Pre cooperativa y es así que el 30 de Octubre de 1.962 con 15 socios y con un aporte de 10,00 sucres mensuales, con un capital inicial de 5.600 sucres, y cumpliendo con los requisitos legales de ese entonces se crea la Cooperativa San Miguel Ltda., con Acuerdo Ministerial # 63-19 y posteriormente fue reinscrita en la Dirección Nacional de Cooperativas.

Así llegó el cooperativismo a San Miguel de Bolívar, comenzó a crecer cuando el Lic. Gonzalo Jarrin Mora llega graduado en Filosofía y Cooperativismo, propone crear una Cooperativa de Ahorro Y Crédito para el Magisterio, creándose la

Cooperativa Juan Pío de Mora que en un inicio funcionó como “Cooperativa Gremial”, es decir con prestaciones dirigida exclusivamente a profesores. Desde un principio la institución afianzó la visión social para ayudar directamente a la gente más pobre y necesitada. En 1.978 obedeciendo el pedido de los pobladores del cantón y zonas aledañas, dedicados a otras actividades, el directorio reformó el estatuto y después de la aprobación legal se la declaró cooperativa abierta.

Luego de enviar al Ministerio de Bienestar Social con fecha 15 de Mayo de 1.973, Acuerdo Ministerial #1.025 de la Presidencia de la República se otorgó la Personería Jurídica a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “JUAN PIO DE MORA”, procediendo de inmediato en Asamblea General de Socios fundadores a nominar los Miembros del Consejo de Administración y Vigilancia que rigieron los primeros años de vida de la Cooperativa.

La Cooperativa se inició con 25 socios fundadores con un capital inicial de 2.500 sucres o sea un aporte de 100 sucres por cada socio, así da comienzo la Cooperativa “JUAN PIO DE MORA”. Con el paso del tiempo la entidad se ha ido desarrollando progresivamente por el prestigio, confianza y credibilidad en el ámbito provincial, nacional e internacional.

La Cooperativa “JUAN PIO DE MORA”, Matriz está ubicada en el Cantón San Miguel, calle Pichincha y Bolívar esquina, además cuenta con distintas agencias y oficinas operativas en las ciudades de: Guaranda, Babahoyo, Chillanes, Caluma, Quinsaloma, Quevedo y actualmente también se creó una oficina operativa en la ciudad de San José de Chimbo.

La institución brinda una serie de servicios y beneficios a la sociedad. Entre los servicios financieros tenemos; ahorros a la vista, ahorro niño, ahorro programado, inversiones a plazo fijo, microcrédito, crédito de vivienda, crédito de consumo, cajita rural, anticipos de sueldo, giros de dinero, depósitos nacionales e internacionales, sistema de pagos interbancarios SPI, cajeros automáticos. También ofrece servicios sociales como servicio médico, servicio odontológico, seguro hospitalario, pago bono de desarrollo humano, pago de soat, fondo mortuario, seguro de desgravamen. (Directivos, 2018)

CAPITULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

Paradigma y tipo de investigación

El trabajo investigativo asumió una figura mixta ya que se estableció las tipologías de los paradigmas cuantitativo y cualitativo, paradigmas que se trataron durante todo el proceso con las variables de estudio Balance Social y Grupos de Interés.

Cuantitativo

Sin lugar a duda el enfoque cuantitativo predomina en la investigación, debido a que se aplicaron encuestas a los socios y empleados de la entidad, para luego tabular los datos, realizar un análisis e interpretación de carácter crítico y poder obtener resultados reales de la investigación. (Muñoz Campos, 2000) Expresa que es una investigación de carácter objetivo puesto que recopila, procesa y analiza datos de diversos elementos que se pueden medir o cuantificar a partir de una muestra o una población en estudio.

Cualitativo

“El método cuantitativo aporta valores numéricos de encuestas, experimentos, entrevistas con respuestas concretas para realizar estudios estadísticos y ver cómo se comportan el fenómeno estudiado. Muy aplicado en el muestreo”. (Ibañez, 2000)

De hecho se consideró importante el paradigma cualitativo, ya que se examinó las variables propuestas de Balance Social y Grupos de Interés desde el punto de vista conceptual y práctico para establecer una orientación técnica mediante las encuestas, sin establecer una medición numérica. “lo reconoce su posible utilización para descubrir y refinar preguntas de investigación y su fundamento en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones, así como su flexibilidad” (Guelmes&Lazaro, 2015).

Modalidades de Investigación

En la realización de la presente investigación y para obtener información veraz y oportuna se tomó como base la investigación de campo, bibliográfica – documental.

De campo

La presente investigación se encuentra bajo la modalidad de campo, así Herrera, Medina & Naranjo (2004, pág. 95) define en su texto Investigación de Campo de la siguiente manera: “Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar que se producen. En esta modalidad el investigador toma en contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto”, esta modalidad será utilizada porque se tomó contacto directo con la realidad pues la investigación se realizó dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío De Mora donde se pudo tratar con los directivos, empleados y socios; así los datos serán recogidos de fuentes primarias acorde a los objetivos de la investigación con la finalidad de tener un conocimiento más profundo acerca de la realidad.

Bibliográfica - Documental

Porque permite recolectar información para sustentar y garantizar la calidad del trabajo en base a variada bibliografía y documentos generada de: libros, revistas, artículos científicos, informes de auditoría interna, plan de marketing, normativa legal vigente, entre otros.

Nivel o Tipos de Investigación

Exploratorio

Para Marín (2008), la investigación exploratoria es aquella que da una visión general, y de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este nivel es transcendental en la investigación porque al tratarse de un tema que no se ha investigado profundamente antes en esta institución financiera permitió indagar la causa del problema planteado que es desconocido en este contexto particular y sirvió para investigar las causas del porqué no se elabora un instrumento que pueda medir el cumplimiento de la responsabilidad social que tiene la entidad.

A demás se efectuó “Sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos” (Arias, 2006)

A través de esa investigación se pudo explorar todo lo concerniente al problema planteado y poder cumplir los objetivos de la investigación, para poder desarrollar la investigación, el investigador se puso en contacto con la realidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito con sus directivos, empleados y sus socios para poder identificar las causas del problema.

Descriptiva

Según (Pimentel, 2012) se refiere a la caracterización, de un hecho o fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Este tipo de investigación facilitó enunciar las diferentes situaciones, en relación al tema de estudio, describir los beneficios futuros, establecer los parámetros y pasos a seguir hasta concluir con la investigación.

También la investigación descriptiva permitió conocer detalladamente las características del problema en estudio, es decir como es y cómo se comporta y se pudo identificar las características demográficas en las unidades a investigarse.

Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de datos

Población y Muestra

Población

La población de estudio que son todos “Los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (Bernal C. , 2006). Para la investigación realizada, la población investigada está conformada por el total de socios activos que son 19801 y el total de empleados que son 74 personas que laboran en la entidad.

Para la realización de la investigación el universo objeto de estudio se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla N° 1.Poblacion

Población	Universo	Instrumento	Técnica
Empleados	74	Cuestionario de Preguntas	Encuesta
Socios Activos	19801	Cuestionario de Preguntas	Encuesta
Total	19875		

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

La población del presente estudio correspondiente a los socios activos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío De Mora Ltda., - 19875 socios, por tanto se convierte en una población finita. Para el estudio, se consideró la estrategia de observar y reflexionar de manera sistemática la realidad teórica objeto de análisis, usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información, al ser el universo representativo se hace necesario extraer una muestra.

Muestra

En la presente investigación fue necesario establecer una muestra que en base a los resultados obtenidos en este grupo en particular, se puede generalizar lo que

puede estar ocurriendo en la población motivo de estudio que de acuerdo a (Herrera, 2004) aunque la muestra “sea perfecta, siempre habrá una diferencia entre el resultado que se obtiene de esta y el resultado del universo; esta diferencia es lo que se conoce como error de muestreo, mientras más grande es la muestra es menor el error de muestreo.”

Se utilizó la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confiabilidad 95 % 0.95

Z = 1,96

P = Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q = Probabilidad de no ocurrencia 1-0.5= 0.5

N = Población = 19875

e = Error de muestra 0 .05 (5%)

$$n = \frac{(0,95)^2 (0,5)(0,5)(19875)}{(0,95)^2 (0,5)(0,5) + 19875(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(19875)}{(3,8416)(0,25) + 19875(0,0025)}$$

$$n = \frac{19477,5}{(0,96047) + (49,6875)}$$

$$n = \frac{19477,5}{50,64797}$$

$$n = 385$$

Se establece entonces que se deberá aplicar a 385 socios de la cooperativa una encuesta que comprende un cuestionario de preguntas para la obtención de información relevante para el proyecto.

Operacionalización de variables

Según Latorre, del Rincón y Arnal, este proceso “consiste en sustituir unas variables por otras más concretas que sean representativas de aquellas” (2005: 73)

Según (Sabino, 1992) es un proceso que sufre un concepto, de modo tal que a él se le encuentran los correlatos empíricos que permiten evaluar su comportamiento efectivo. De modo que representa la concreción de la correspondencia entre los conceptos como cualidad “latente” y las respuestas observables que manifiestan su existencia (Cea D’Ancona, 1998).

En cuanto a este tipo de operación, la variable de balance social es desintegrada y analizada deductivamente, para el proceso de investigación de la siguiente manera:

Variable

Balance social.

Tabla N° 2.Operacionalización de variables

Variable:		Balance Social		
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas instrumentos
Instrumento de gestión social, que permite medir a través de indicadores el accionar social de las instituciones frente a la comunidad.	Indicador de gestión social para medir la aplicación de los principios.	Indicadores que se relacionen con el cumplimiento de los principios cooperativos:	¿Considera usted que proporcionar información detallada sobre las prácticas de responsabilidad social en la COAC es una ventaja?	Técnica: Entrevista Instrumento: Cuestionario
		Membresía abierta y voluntaria.	¿Usted cree importante que la Cooperativa Juan Pio de Mora informe sobre su accionar social a los empleados, socios y comunidad en general?	
		Control democrático de los miembros.	¿Es necesario que la Cooperativa Juan Pio de Mora invierta en capacitaciones a los socios?	
		Participación económica de los miembros.		
		Autonomía e independencia. Educación, formación e información. Cooperación entre cooperativas. Compromiso con la comunidad.		

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Procedimiento para la recolección de la información

Plan para la recolección de información

Este plan contempla una serie de elementos como:

Técnicas e Instrumentos

Para seguir con la investigación, dentro de las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta y entrevista.

Encuesta

Según (Bernal C. A., Metodología de la Investigación. Tercera edición, 2010), señala que la encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas, por lo que se considera importante aplicar a los socios activos y empleados de la entidad quienes respondieron en forma escrita a las preguntas que fueron planteadas con la finalidad de conocer su opinión con respecto a las variables que se consideraron para esta investigación.

Entrevista

Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información lo menciona Bernal (2010). Por tal razón se efectuó una entrevista la misma que se aplicó a las autoridades de la Cooperativa Juan Pío de Mora, con el propósito de realizar un análisis comparativo entre lo que manifestaron los socios, los empleados y directivos de la entidad.

Validez y confiabilidad

La investigación se valida por la calidad de información recolectada mediante la técnica e instrumento utilizados; mientras que la confiabilidad se logra a través de los resultados obtenidos.

Plan de Procesamiento de la Información

Los datos recogidos se transformaron siguiendo ciertos procedimientos:

- Revisión crítica de la información recogida; para desestimar información defectuosa, sobretodo incompleta, o no pertinente, otros.
- Tabulación o cuadros según variables, mediante la utilización del programa Microsoft Excel para la presentación de resultados, siendo que el propósito básico de la tabulación, es mostrar el comportamiento del fenómeno objeto de estudio.
- Interpretación de los resultados alcanzados, una vez que se procese los datos obtenidos en el análisis y representación gráfica de la tabulación de la información analizada utilizando el modelo de barras.

Análisis e Interpretación de Resultados

- Para el análisis e interpretación de los resultados, se tendrá en cuenta los resultados obtenidos del análisis documental realizado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Juan Pío De Mora Ltda.”, ubicada en el cantón San Miguel De Bolívar.

Plan para la Recolección de la Información

Tabla N° 3. Plan de recolección de Información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2.- ¿De qué personas u objetos?	Socios de la Cooperativa
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Balance social
4.- ¿Quién?	Valeria Flores
5.- ¿Cuándo?	Año 2018
6.- ¿Dónde?	Cooperativa Juan Pío De Mora
7.- ¿Cuántas veces?	Una
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Desarrollo de encuestas y entrevistas

9.- ¿Con qué?	Cuestionario Estructurado
10.- ¿En qué situación?	En la Cooperativa

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez culminada la recolección de datos mediante la aplicación de la encuesta, se procedió a ejecutar la tabulación y exponer gráficamente los resultados obtenidos mediante organigramas. En los cuales se utilizó porcentajes con el interés de obtener una visión más clara, lo que facilitó el análisis e interpretación de los resultados.

Análisis de Resultados de las Encuestas

1) ¿Conoce que es la responsabilidad social?

Tabla N° 4. Responsabilidad Social

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	275	71%
No	110	29%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

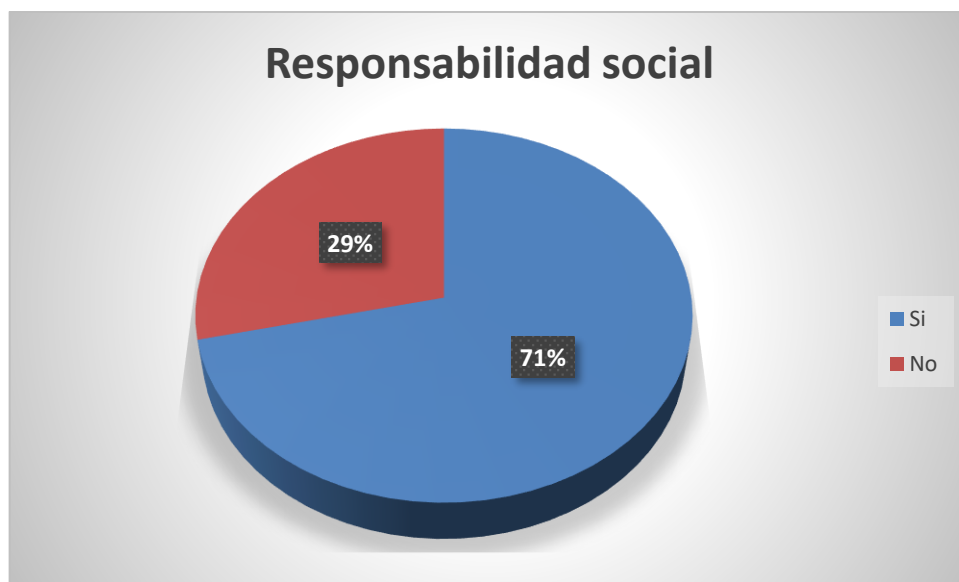


Gráfico N° 3. Responsabilidad Social

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

Del total de la población encuestada, se encontró el 71% afirma que conoce que es la responsabilidad social, mientras que el 21% restante manifiesta lo contrario. La responsabilidad social es el compromiso, obligación y deber que poseen los individuos, miembros de una sociedad o empresa de contribuir voluntariamente para una sociedad más justa y de proteger el ambiente. Identificar la responsabilidad social de las empresas en su entorno beneficia a que se involucren y se comprometan a trabajar por un objetivo en común.

2) ¿Sabe usted quienes conforman los grupos de interés de la Cooperativa y su relación con el balance social?

Tabla N° 5. Grupos de interés

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	25%
No	287	75%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora



Gráfico N° 4. Grupos de interés

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

Solamente el 25% de las personas encuestadas conocen cuales son los grupos de interés de la Cooperativa, el 75% restante no identifica quienes conforman los grupos de interés y su relación con el balance social. Argumentan que desconocen a quienes se les considera en los grupos de interés de las instituciones financieras.

3) ¿Sabe que información contiene un balance social y cuál es su impacto?

Tabla N° 6. Balance Social

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	122	32%
No	263	68%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

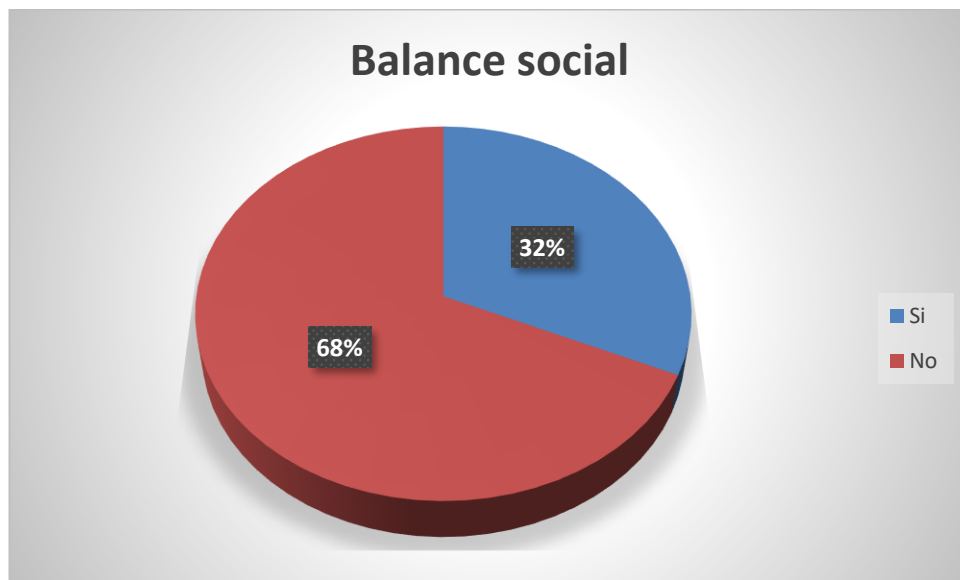


Gráfico N° 5. Balance Social

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

De los 385 socios encuestados, el 68% sabe que información contiene un balance social y cuál es su impacto, el 32% necesitan conocer que es un balance social y el impacto que tiene al momento de aplicar en las Cooperativas. El balance social es necesario en las empresas ya que es una herramienta de gestión, que permite medir el accionar social de las entidades mediante la aplicación de indicadores cualitativos y cuantitativos.

4) ¿Usted cree importante que la Cooperativa Juan Pio de Mora informe sobre su accionar social a los empleados, socios y comunidad en general?

Tabla N° 7. Accionar social

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	321	83%
No	64	17%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora



Gráfico N° 6. Acciona social

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

El 83% de las personas encuestadas opinan que es importante que la Cooperativa Juan Pio de Mora informe sobre su accionar social a los empleados, socios y comunidad en general, y el 17% que no es necesario informar sobre el accionar social.

5) **¿Considera usted que proporcionar información detallada sobre las prácticas de responsabilidad social en la COAC es una ventaja?**

Tabla N° 8. Prácticas de responsabilidad social

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	344	89%
No	41	11%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora



Gráfico N° 7. Prácticas de responsabilidad social

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

El 89% de los encuestados manifiesta que si es necesario proporcionar información detallada sobre las prácticas de responsabilidad social en la COAC es una ventaja, mientras que el 11% restante asegura que no es necesario. El cumplimiento de la responsabilidad social genera beneficios para la sociedad y la empresa u organización y más si está plasmada en un documento que se pueda evaluar y dar un seguimiento continuo.

6) ¿Cree que el balance social es una de las herramientas más adecuadas para proporcionar información social?

Tabla N°.9. Herramienta de información social

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	337	88%
No	48	12%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

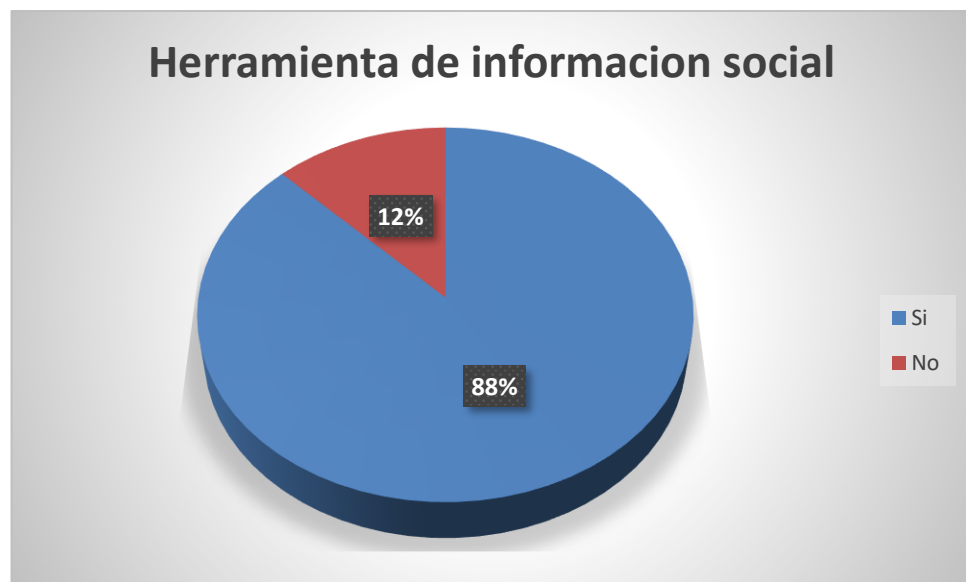


Gráfico N° 8. Herramienta de responsabilidad social

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

El 88% de las personas encuestadas creen que el balance social es una de las herramientas más adecuadas para proporcionar información social, mientras que el 12% no considera que el balance social sea una herramienta de información social. De estos resultados se infiere que los encuestados, en un amplio número piensan que el balance social es una de las herramientas más adecuadas.

7) ¿Cree que la aplicación del balance social fortalecería el compromiso de la COAC con los diferentes grupos interés?

Tabla N° 10. Compromiso con los grupos de interés

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	353	92%
No	32	8%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora



Gráfico N° 9. Compromiso con los grupos de interés

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

Un 8% de la población encuestada cree que la aplicación del balance social fortalecería el compromiso de la COAC con los diferentes grupos interés, el 92% considera que no fortalecerá el compromiso de la entidad por lo que demanda de gastos en diferentes situaciones y tendrían que aumentar estos rubros en el presupuesto de cada año. Pero si no se empieza por aplicar un modelo de balance social, no se podrá conocer el impacto que este cauce y los gastos que ocasione.

8) ¿Es necesario que la Cooperativa Juan Pio de Mora invierta en capacitaciones a los socios?

Tabla N° 11. Capacitaciones a los socios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	361	94%
No	24	6%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora



Gráfico N° 10. Capacitaciones a los socios

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

El 94% de las personas encuestadas opinan que es necesario que la Cooperativa Juan Pio de Mora invierta en capacitaciones a los socios, el 6% piensa que no sería útil realizar capacitaciones a los socios.

De estos resultados se infiere que la mayoría de las personas encuestadas consideran que la Cooperativa Juan Pio de Mora invierta en capacitaciones a los socios en diferentes aéreas, ámbitos académicos y financieros.

9) ¿Conoce usted que servicios sociales brinda la institución?

Tabla N° 12. Conocimiento de servicios sociales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	333	86%
No	52	14%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora



Gráfico N°11. Conocimiento de servicios sociales

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

El 86% de las personas encuestadas conocen los servicios sociales que brinda la institución, y el 14% desconoce. De estos resultados se infiere que existe una opinión favorable respecto a los servicios sociales que ofrece la institución.

10) ¿Ud. ha recibido de la Cooperativa algún servicio social?

Tabla N° 13. Servicios sociales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	299	78%
No	86	22%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora



Gráfico N° 12. Servicios sociales

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

Del total de la población encuestada, el 78% ha recibido algún servicio social que brinda la institución, y el 22% restante asevera que nunca ha recibido algún beneficio social.

11) ¿Qué opinión le merecen los servicios sociales que le brinda la cooperativa en forma directa o a través de terceros?

Tabla N° 14. Opinión le merecen los servicios sociales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	258	67%
Regular	85	22%
Malo	42	11%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora



Gráfico N° 13. Opinión le merecen los servicios sociales

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

Un 67% de la población encuestada considera que los servicios sociales que le brinda la cooperativa en forma directa o a través de terceros lo califica como bueno, el 22% regular, mientras que el 11% considera malo el servicio social que brinda la institución.

12) ¿Recomendaría a otras personas los servicios sociales de la Cooperativa?

Tabla N° 15. Recomendaría a otras personas los servicios sociales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	347	90%
No	38	10%
Total	385	100%

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora



Gráfico N° 14. Recomendaría a otras personas los servicios sociales

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Análisis e Interpretación

El 90% de las personas encuestadas recomendarían a otras personas la utilización de los servicios sociales que la entidad ofrece, y el 10% piensa que no les resultan útiles los servicios sociales que brinda la entidad financiera.

A continuación detallo las principales insuficiencias identificadas después del proceso de recolección y análisis de información proporcionada por la encuesta:

1. El 29% de los socios encuestados desconoce que es la responsabilidad social.
2. De los socios encuestados el 75% no sabe quiénes conforman los grupos de interés de la Cooperativa y su relación con el balance social.
3. El 68% de socios encuestados desconoce de la información que contiene un balance social e impacto que genera en los grupos de interés.
4. El 83% de la muestra considera importante que la Cooperativa Juan Pío de Mora informe sobre su accionar social a los empleados, socios y comunidad en general.

Análisis e interpretación de la entrevista

Se estructuro nueve preguntas, las cuales se entrevistó a las autoridades de la entidad, la primera pregunta fue que si la Cooperativa elabora el balance social, a lo que supieron manifestar que no se aplica todavía y que es necesario conocer una herramienta que permita establecer indicadores cuantitativos y cualitativos el accionar social que tienen las instituciones financieras con la comunidad en general. Además fue indispensable conocer si existe una base de datos actualizada que permita determinar el número de socios, por edad, sexo, nacionalidad, fallecidos, actividad económica, zona de residencia, etc., variables que servirán de insumo para la construcción del balance social, a lo que supieron contestar que si existe una base de datos pero que el sistema que se maneja no está explotado en su totalidad.

El cumplimiento de la misión institucional tiene relación con la responsabilidad social expresaron que si ya que la misión de la entidad es “Contribuir al desarrollo socioeconómico a través de productos y /o servicios financieros y no financieros que cubran las necesidades de demandas de los socios, direccionando sus esfuerzos a mejorar su calidad de vida con enfoque de responsabilidad social”.

Fue importante conocer si la Cooperativa informa el cumplimiento de responsabilidad social a los grupos de interés, ante esta pregunta supieron contestar que es trascendental informar sobre el accionar social que realiza la entidad pero no

se tiene definido una herramienta que sea medible, que refleje las acciones que se realizan para poder medir el grado de responsabilidad social de la entidad. De igual forma se preguntó si está de acuerdo que los informes sobre responsabilidad social para tener un mayor grado de validez deben ser expresados en cifras numéricas a lo que indicaron es importante conocer y aplicar indicadores cuantitativos y cualitativos para medir el accionar social. Se pretendió conocer si la aplicación del balance social fortalecería el compromiso de la COAC con los diferentes grupos interés, mencionaron que es transcendental que la institución se involucre con la comunidad en general.

Verificación de la Hipótesis

Una vez concluido el estudio de investigación, se pretende realizar la comprobación de la hipótesis, con la información adquirida a través de la técnica de la encuesta y utilizando el estimado estadístico Chi-cuadrado, para comprobar si los valores obtenidos justifican el trabajo de investigación y la presentación de la propuesta.

Hipótesis:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2007) son las guías para una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado; deben ser formuladas a manera de proposiciones. De hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación.

Las hipótesis son el centro, la médula o el eje del método deductivo cuantitativo. Según (Hernandez, 2014) las hipótesis son "explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones". (p.122)

Según Webster, Allen (2000: 465) señala que el chi-cuadrado es una de las herramientas no paramétricas más útiles, al igual que la distribución *t*, es toda una familia de distribuciones. Existe una distribución chi-cuadrado para cada grado de libertad.

Hipótesis

El balance social y su incidencia en los grupos de interés de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pio de Mora Ltda.

H0: El balance social, no incide en los grupos de interés de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pio de Mora Ltda.

.

H1: El balance social, si incide en los grupos de interés de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pio de Mora Ltda.

Modelo Matemático:

$$H0=H1$$

$$H0\neq H1$$

Especificaciones del modelo

El tamaño de la población es de 385 encuestas aplicadas

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

χ^2 = Chi cuadrado

$\sum$ = Sumatoria

O = Frecuencia observada en una categoría específica

E = Frecuencia determinada de una categoría específica

K = Número de categorías o clases

Nivel de Significación

El nivel de significación con el que se trabajará es del 5%

Grados de Libertad

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

$$GL = (f-1)(c-1)$$

$$GL = ((2-1)(2-1))$$

$$GL = 1 \times 1$$

$$GL = 1$$

Tabla N° 16.Frecuencias Observadas

FRECUENCIAS OBSERVADAS			
OPCIÓN	ALTERNATIVAS		TOTAL
	SI	NO	
¿Sabe que información contiene un balance social y cuál es su impacto?	122	263	385
¿Usted cree importante que la Cooperativa Juan Pío de Mora informe sobre su accionar social a los empleados, socios y comunidad en general?	321	64	385
TOTAL	443	327	770

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 17.Frecuencias Observadas

OPCIONES	O	E	(O - E)	(O - E)^2	(O - E)^2/E
1/SI	122	221,50	-99,5	9900,25	44,70
1/NO	263	163,50	99,5	9900,25	60,55
11/SI	321	221,50	99,5	9900,25	44,70
11/NO	64	163,50	-99,5	9900,25	60,55
X2					210,50

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

De acuerdo a lo establecido en la regla de decisión el X^2_c es mayor que el X^2_t por eso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir, se confirma que el Balance Social incide en los grupos de interés de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora Ltda.

La aplicación del Balance Social fortalece la gestión social ofreciendo a la Cooperativa un mayor grado de diferenciación y posicionamiento en el mercado permitiendo obtener una influencia positivamente en la lealtad de sus clientes, por ende mejorar la relación con el entorno adquiriendo mejor imagen y reputación, alcanzando ser beneficiaria de mayor facilidad al acceder a fuentes de financiamiento y a otros mercados de clientes con mayor capacidad adquisitiva de los servicios ofertados, aspectos que en conjunto conllevan a obtener mayores ingresos como producto de mayores captaciones y colocación de cartera. Además conlleva a reducir costos operativos e improductividad, contribuye a mejorar el nivel de satisfacción pertenencia y compromiso de los empleados, a ejecutar una adecuada gestión de riesgos.

Consecutivamente la institución obtendrá un reconocimiento social de los medios de comunicación como una institución transparente en el manejo de información y conceptuada como un ente que fomenta la cultura de conciencia social.

CAPÍTULO III

PRODUCTO

Propuesta de solución al problema.

Proponer un modelo de balance social basado en la Metodología ACI que mida el cumplimiento de los principios cooperativos

Nombre de la propuesta.

Modelo de Balance Social aplicado a la Cooperativa De Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora, del Cantón San Miguel Provincia Bolívar, periodo 2018-2019.

Definición del tipo de producto

Por medio de la presente propuesta se desea implementar un modelo de balance social en la Coac Juan Pío de Mora, el cual permita informar a los diferentes grupos de interés el accionar social mediante la aplicación de indicadores cualitativos y cuantitativos.

El balance social tiene como propósito realizar un diagnóstico de la gestión empresarial en torno al cumplimiento de su responsabilidad social en un periodo determinado, lo cual le permite definir políticas, establecer programas y racionalizar la efectividad de las inversiones sociales, con miras a la promoción de sus colaboradores y de la sociedad.

Una vez realizada la investigación, se ha definido la necesidad de diseñar un modelo de balance social, que se constituya como una herramienta de comunicación interna externa para que los directivos puedan tomar decisiones acertadas en lo referente a la responsabilidad social que aplica la entidad.

El balance social le permitirá a la cooperativa difundir las acciones desarrolladas en beneficio de sus partes interesadas entre ellos sus trabajadores y la comunidad.

Explicación de cómo la propuesta contribuye a solucionar las insuficiencias identificadas en el diagnóstico.

Según la investigación efectuada, existe un considerable índice de desconocimiento de los socios de lo que es la responsabilidad social y qué tipo de información contiene un balance social sin dejar de lado que muchos empleados, tampoco conocen los verdaderos motivos por los cuales todavía no se ha implementado el balance social en la Cooperativa Juan Pío de Mora, los socios manifiestan que no han recibido información sobre la acción social de la institución ni han sentido ser parte de este accionar, por lo que se ha determinado como la mejor herramienta para presentar este tipo de información al balance social, el mismo que debe estar expresado en términos cuantitativos de tal forma que con objetividad visibilice el accionar de la cooperativa.

La necesidad de aplicar el balance social se fundamenta en que sin esta herramienta la Cooperativa no cuenta con datos reales que permitan demostrar las acciones sociales dirigidas a Socios, Empleados, Comunidad y demás grupos de interés lo que además impide la toma de acciones correctivas oportunas.

El balance social permite tomar decisiones a partir de información no sólo económico-financiera sino que permite incluir diversas variables relacionadas con el comportamiento de la organización en el sistema social dentro el cual se encuentra inmersa. Es así como el balance social es considerado un complemento del balance financiero permitiendo a la organización obtener más información sobre su desempeño e impacto.

A través de esta herramienta se refleja el cumplimiento de su gestión en el marco de la responsabilidad social.

El balance social surge como solución a la necesidad de nuevos desarrollos sociales dentro y fuera de la empresa y a la nueva filosofía que han asumido los entes empresariales dentro de “una concepción más humanista” cuyo interés primordial es lograr que el desarrollo del hombre sea el centro consciente de todas las actividades de la sociedad.

Estas situaciones, y en especial la falta de presentación y conocimiento de información social, por parte de los grupos de interés demuestran la importancia de un modelo de balance social aplicado a esta institución.

Estos datos revelan la insuficiente información sobre responsabilidad social existente, en cuanto al cumplimiento de los principios cooperativos y todo lo concerniente a servicios sociales.

Objetivo General

Proponer un modelo de balance social basado en la metodología ACI que mida el cumplimiento de los principios Cooperativos en la Cooperativa De Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora, del Cantón San Miguel Provincia Bolívar.

Objetivos Específicos

- Elaborar el modelo de balance social con datos de la institución y bajo los lineamientos teóricos y legales necesarios para su aplicación.
- Validar los resultados de la implementación del Balance Social en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora.

Elementos que la conforman.

El modelo que propone la ACI-Américas ha incorporado avances consensuados, implementando un conjunto de dimensiones e indicadores en los que se sustentan los ejes de influencia y que, sistematizados, permiten la presentación del informe

de BSCoop (Balance Social Cooperativo) de cada organización y sujeto a ser certificado por la ACI-Américas. (ACI)

Estructura:

- Presentación
- Mensaje del presidente
- Mensaje del gerente
- Datos informativos
- Visión y misión
- Análisis de cada uno de los principios cooperativos: Dimensiones, indicadores y variables.

Premisas para su implementación

Balance de Gestión Social Cooperativo

Este modelo tiene el propósito de medir el nivel de desempeño de los Principios Cooperativos, mediante indicadores socioeconómicos cuantitativos y cualitativos, formulados en unidades de medida distintas.

Las categorías seleccionadas competen a los siete (7) principios universales del cooperativismo. Las categorías básicas son las enunciaciones de los dichos Principios Cooperativos, éstas se conforman de dimensiones que clasifican y agrupan variables, siendo estas últimas las que dan los elementos que conforman cada uno de los indicadores, los cuales expresan en números y porcentajes todo lo considerado al interior de las dimensiones seleccionadas. (Fernandez L. , 1998)

Hay una gama extensa de variables las cuales expresan la posibilidad de medir adecuadamente el cumplimiento de los principios cooperativos, así como requerimientos legales propios de la legislación de la economía popular y solidaria.

Los indicadores se expresan en magnitudes o cantidades, contrastadas con un total real o estimado (R/E) para de allí obtener su relación porcentual de cumplimiento. En el grado en que las Cooperativas implementen la cultura del registro y la consolidación de la información social, las variables podrán ser modificadas y mejoradas, conformes las necesidades de las mismas.

Estructura

A continuación, se detalla la estructura base del Balance de Gestión Social Cooperativo:

1) Categoría: es la temática macro descriptora de la gestión social cooperativa, responde a los principios cooperativos adoptados en 1995 en el Congreso de Manchester.

- I. Membrecía abierta y voluntaria;
- II. Control democrático de los miembros;
- III. Participación económica de los miembros;
- IV. Autonomía e independencia;
- V. Educación, entrenamiento e información;
- VI. Cooperación entre cooperativas;
- VII. Compromiso con la comunidad.

2) Dimensión: es el manifiesto práctico de las categorías en el accionar institucional de cada cooperativa.

3) Variable: enunciados que originan los factores socioculturales de la cooperativa o del histórico de la gestión social ejecutada.

4) Indicador: forma de expresión cuantificada del grado de cumplimiento de la variable. Es susceptible de medición por períodos definidos de tiempo para el establecimiento de comparaciones.

GRAFICO MODELO DE BALANCE SOCIAL

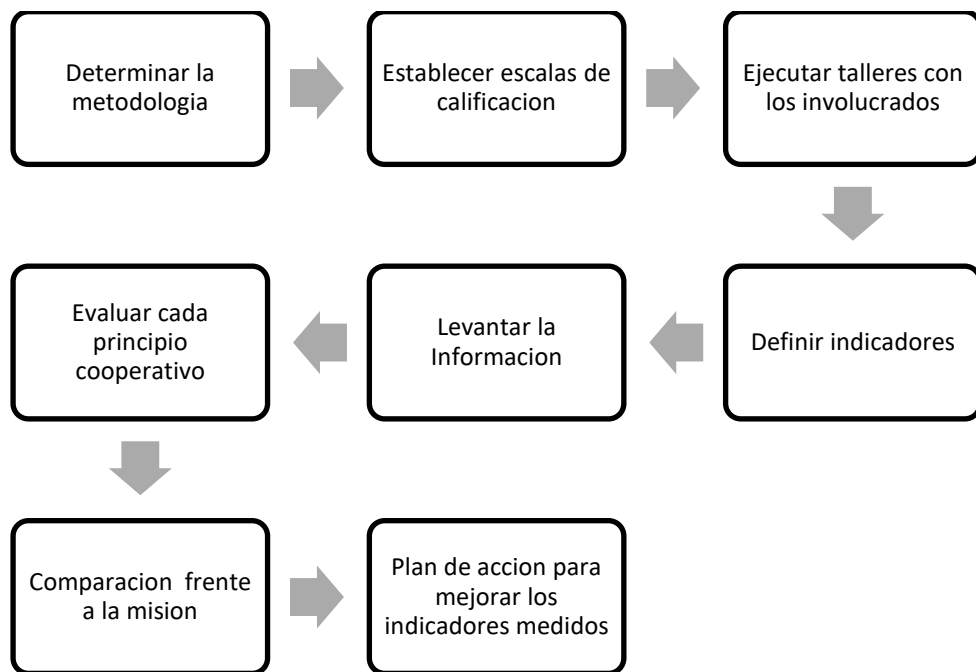


Gráfico N° 15. Modelo de Balance Social

Fuente: Socios Coac Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

CONTENIDO DEL BALANCE SOCIAL



Gráfico N° 16. Contenido del balance social.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL BALANCE SOCIAL



La presente guía está fundamentada en los parámetros establecidos por el modelo (ACI –AMÉRICAS), esquema que va a ser desarrollado paso a paso integrando los datos obtenidos de los grupos de interés de la Cooperativa Juan Pío de Mora.

Además, está basada en la ley de la economía popular y solidaria, la cual en una de sus disposiciones generales establece la presentación del balance social.

La recolección de datos directa permitió elaborar un informe con datos reales y de acuerdo a las necesidades de los involucrados.

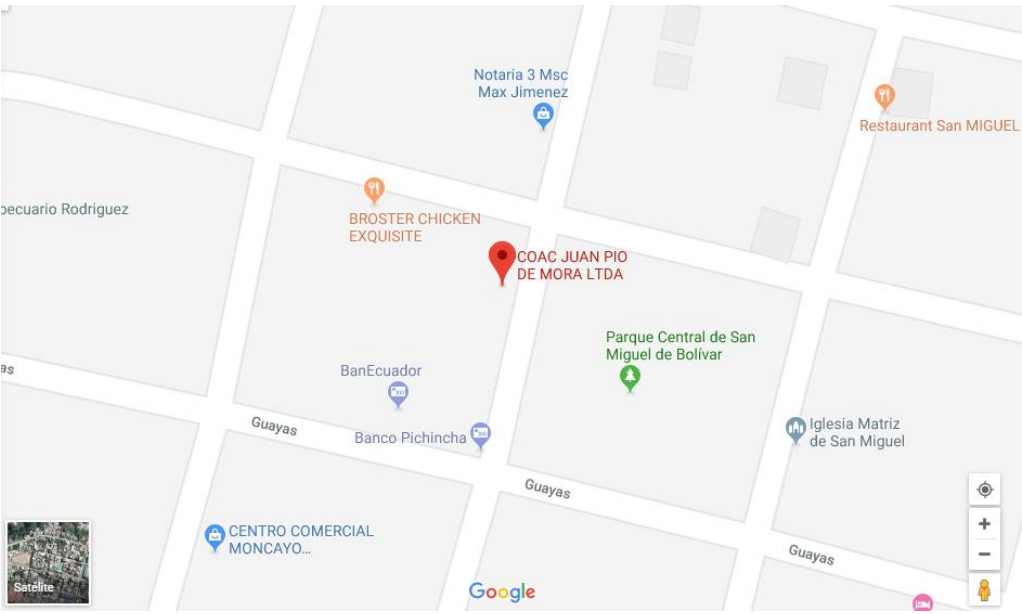
Tabla N° 18. Datos informativos

DATOS INFORMATIVOS	BALANCE SOCIAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018
 Ing. Eduardo Marín Presidente	“Trabajamos con honestidad y transparencia”
 Ing. Pablo Lucio Gerente General	“Financieramente solvente, solidariamente humanista”
Personería jurídica: Fecha de fundación: Ejercicio económico social: Fecha cierre ejercicio económico social: Domicilio legal: Cantón: Provincia: Teléfono: Fax: Página web:	15 de mayo de 1973 Numero 2 Al 31 de diciembre del 2018 Calle: Pichincha y Bolívar San Miguel Bolívar-Ecuador 2989-917 2989-042 www.juanpiodemora.fin.ec

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 19. Datos Financieros

DATOS FINANCIEROS	BALANCE SOCIAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018
Activo:	\$32,871,536.84
Pasivo:	\$27,252,707.83
Patrimonio:	\$5,618,829.01
Resultados:	\$706.84
Indicador de liquidez :	20.93%
Indicador de morosidad :	12.31%
Consejo de Administración:	5
Consejo de Vigilancia:	3
Empleados:	74
Número de socios:	66357
Número de oficinas:	8
UBICACIÓN 	

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

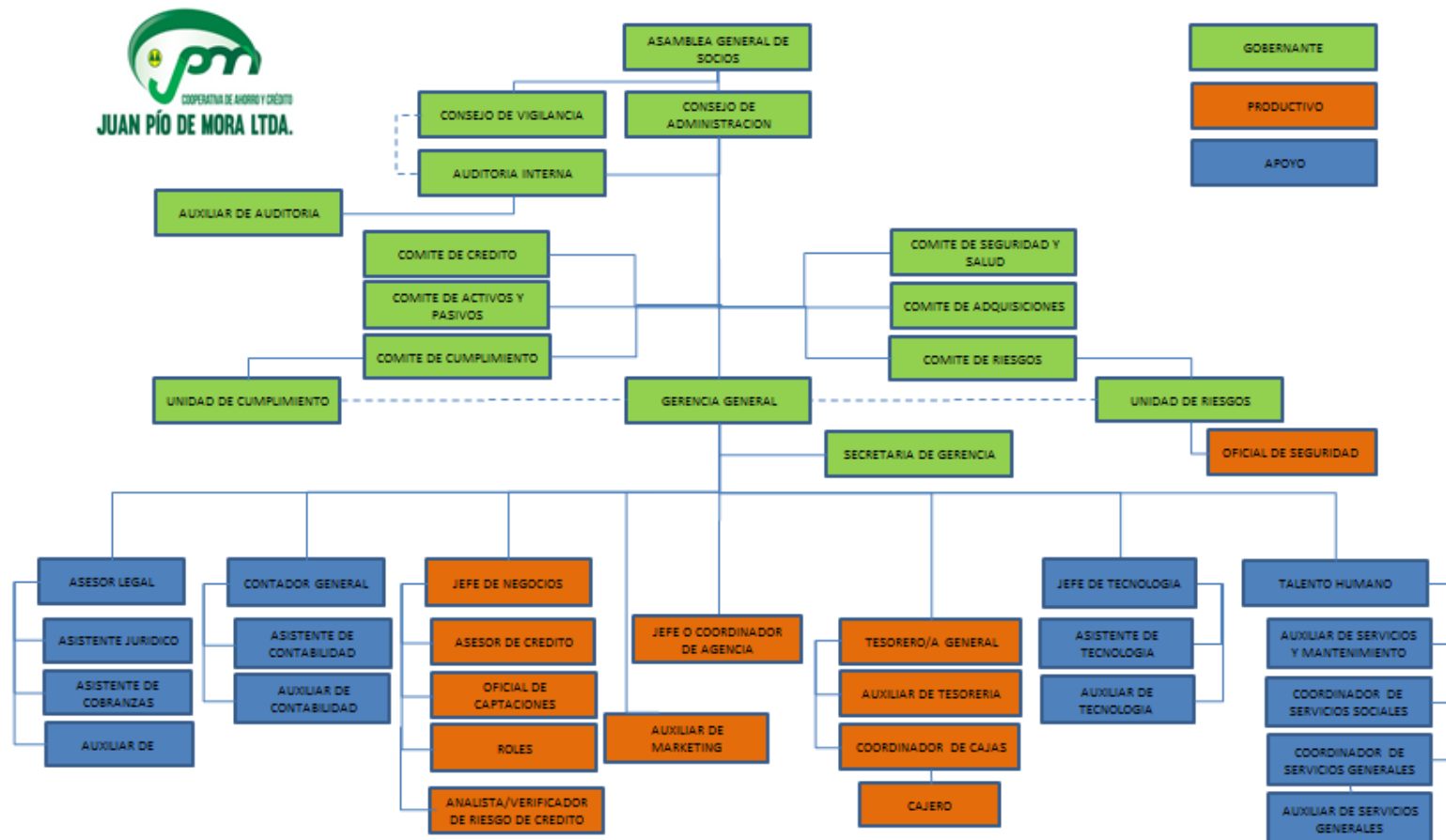


Gráfico N° 17. Organigrama Estructural

Fuente: Talento Humano Coac. Juan Pio de Mora

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Siguiendo la estructura del modelo de balance social, es necesario mencionar la misión, visión y valores institucionales de la institución.

MISIÓN

Contribuir al desarrollo socioeconómico a través de productos y /o servicios financieros y no financieros que cubran las necesidades de demandas de los socios, direccionando sus esfuerzos a mejorar su calidad de vida con enfoque de responsabilidad social

VISIÓN

Constituirnos como Institución sólida y confiable, que brinda servicios financieros y no financieros que contribuyan al desarrollo socioeconómico de sus socios

VALORES INSTITUCIONALES

- Búsqueda del buen vivir y del bien común.
- Prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
- Comercio justo y consumo ético responsable.
- La equidad de género.
- Respeto de la identidad cultural.
- La autogestión.
- La responsabilidad Social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes netos.

PRINCIPIOS UNIVERSALES DEL COOPERATIVISMO

El presente balance social cooperativo sigue los lineamientos establecidos por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), haciéndose una adaptación a la realidad y características de la Cooperativa Juan Pío de Mora.

Adicional a la medición de los siete principios cooperativos el modelo de la ACI incluye dos dimensiones denominadas público interno (talento humano) y gestión, las cuales también fueron consideradas y evaluadas mediante indicadores.

Evaluación a través de escalas

La escala de evaluación es una técnica de registro utilizada en el análisis sistemático de indicadores que consiste en establecer parámetros que permiten determinar acciones dentro de un periodo, dirigido a cuantificar la calidad y el grado de progreso obtenido en cada principio objeto de estudio suministrando un cuadro común de referencias para comparar cada uno de los criterios según el mismo conjunto de características.

La escala de calificación utilizada en el desarrollo del balance social es de tipo conceptual combinada con numérica ya que se ajusta a las necesidades de cada indicador, varía su forma según las características a evaluar, se caracteriza por que puede ser representada por un valor numérico o alfabético. En el caso práctico desarrollado se ha considerado la siguiente escala:

Tabla N° 20. Escala de calificación

ESCALA DE CALIFICACIÓN		
1	BAJO	
2	MEDIO	
3	ALTO	
4	EXCELENTE	

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

En definitiva, se establece una escala de calificación de acuerdo a los indicadores, contemplando su gestión y efectividad dentro de un periodo de estudio, se establece un rango para control y evaluación, diseñando su medición y haciendo los ajustes necesarios de forma que brinde información oportuna y veraz determinando el cumplimiento total o parcial de la misión establecida.

La medición se expresa en una tabla que contiene un código, un indicador, el rango de gestión que se presenta en porcentaje, número o afirmación dependiendo del indicador, así como su resultado representado por un color de acuerdo a la escala antes mencionada, las acciones que se tomarán o comentarios respecto al cumplimiento del indicador, la calificación obtenida por cada principio. Para ejemplificar lo antes mencionado se detalla la tabla:

Tabla N° 21. Nombre del principio

P1. NOMBRE DEL PRINCIPIO				
Definición del principio				
CÓDIGO	INDICADOR	RESULTADO		COMENTARIO-COMPROMISO
		% Si/No	/ Color	
P1001				
P1002				
P1003				
P1004				
P1005				
P1006				
P1007				
Calificación				
OBSERVACIONES FINALES:				

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Los indicadores determinados en cada principio son el resultado de haber estudiado, analizado e interpretado textos, revistas, artículos científicos y ejemplos de instituciones financieras que aplican modelos de balance sociales.

Para el desarrollo de la presente investigación se recopiló información de algunas áreas, una vez que se efectuó una reunión formal de trabajo con las partes involucradas en la cual se dio a conocer la implementación de un modelo de balance social según la metodología ACI, que permita medir el grado de compromiso y responsabilidad social que tiene la entidad con los diferentes grupos de interés, en los cuales se pudo determinar varios indicadores para ver el cumplimiento de cada principio.

A secretaria general se pidió información con oficio N°001 sobre el número de asambleas que se efectuaron en el año 2018, además número de personas que conforman los consejos de administración, vigilancia y representantes a la asamblea general de socios, también se requiero conocer el % de asistencia de los representantes en asambleas generales, el % de socios que participan en elecciones, el % de mujeres representantes, el % de mujeres en los consejos de administración y vigilancia, el % de miembros de los consejos de administración y vigilancia procedentes de la comunidad local, el % promedio de asistencia de representantes a las asambleas ordinarias celebradas y finalmente el % de asistencia a reuniones del consejo de administración.

También fue necesario obtener información del departamento de contabilidad y se solicitó con oficio N° 002, se facilite una copia del balance general y estado de resultado, además se requirió conocer el % de aportación (capital social) con respecto al patrimonio total, el % de reservas al patrimonio total, patrimonio técnico, la tasa de interés pasivas ponderada real, la cobertura del margen financiero con relación a los gastos operativos, el promedio de transacciones de los socios en el período de análisis.

Siguiendo con la investigación fue trascendental obtener información del área de recursos humanos y se requirió mediante oficio N°003 información sobre número de colaboradores tiene la entidad, se identificó por género, además el

número de capacitaciones realizadas a los empleados, directivos y socios de la entidad durante el año 2018.

Se requirió al departamento de sistemas con oficio N° 0004, datos sobre el total de socios activos e inactivos, de igual forma la separación por género, el % de socios ahorristas nuevos, el % de socios ahorristas nuevos, el % de ahorristas menores de edad nuevos, el % de ahorristas menores de edad nuevos, el % de ahorro voluntario (captaciones), el % de deserción de socios, la relación de cuota de ingreso con respecto a salario mínimo mensual.

Al departamento de créditos con oficio N° 005, se solicitó el número de créditos otorgados y monto, también el % de socios activos con crédito vigente, el % de cartera de crédito mujeres, la variación del monto promedio en línea de crédito microcrédito, variación del monto promedio en línea de crédito microcrédito, la variación del monto promedio en línea de crédito vivienda, la variación del monto promedio en línea de crédito consumo, el % de cumplimiento de montos de crédito establecidos en POA, % de la colocación.

De igual forma se requirió al área de marketing mediante oficio N°006, datos sobre los diferentes mecanismos de información de los productos y servicios que son requeridos por la normativa de transparencia de información, además el promedio del índice de satisfacción, el promedio de satisfacción de servicios financieros, el número de beneficios dirigidos a socios en ámbitos distintos a servicios financieros.

Fue indispensable el involucramiento de forma directa de los diferentes departamentos que brindaron el apoyo para el desarrollo de la presente investigación, se mantuvo varias reuniones con las autoridades y se pudo extraer información valiosa, real sobre el accionar social que tiene la entidad en su entorno.

A continuación se muestra una tabla en donde se evidencia los indicadores medidos por cada principio y además las dos dimensiones de público interno y de gestión.

Tabla N° 22. Indicadores medidos.

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P.I	GEST.
% Socios activos	% Asistencia de representantes en asamblea general	% Aportación (capital social) con respecto al patrimonio total	Políticas de niveles de aprobación de créditos y captaciones	% De miembros de los Consejos de Administración y Vigilancia, Representantes, Miembros de Comités y socios; capacitados	# De alianzas con otras cooperativas de ahorro y crédito	% Promedio del índice de satisfacción	% Colaboradores mujeres en mandos medios y gerenciales	% De procesos analizados o normativas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción
% Socias activas mujeres	% De socios que participan en elecciones	% Reservas al patrimonio total	% Concentración de depósitos	% Cumplimiento de horas de capacitación requeridas por normativa (interna o externa)	# De eventos en alianza con otras cooperativas de ahorro y crédito	% Promedio de satisfacción de servicios financieros	% Cumplimiento de la normativa laboral en relación a la contratación de personas con discapacidad	Auditoría interna y/o Consejo de Vigilancia emiten pronunciamiento sobre balance social

% Socios activos con crédito vigente	% De mujeres representantes	Patrimonio técnico		% Capacitaciones internas y externas	Participación en organismos de integración	Convenios con otras instituciones que prestan otros servicios para socios	Relación salarial anual (remuneración total máxima y mínima)	
% Socios ahorristas nuevos	% Mujeres en los Consejos de Administración y Vigilancia	Tasa de interés pasivas ponderada real		% De miembros de consejos de Administración y Vigilancia y Comités, formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la cooperativa		% De coberturas física en comunidades donde no existen otras instituciones de servicios financieros	% De colaboradores con contrato indefinido	
% Ahorristas menores de edad nuevos	% De miembros de los consejos de Administración y Vigilancia	Cobertura del margen financiero con relación a		Mantiene de manera estructurada iniciativas de formación cooperativa		Mantiene otras formas de atención a los socios en comunidades rurales	Índice de rotación de colaboradores	

	procedentes de la comunidad local	los gastos operativos						
% Ahorro voluntario(Captaciones)	% Promedio de asistencia de representantes a las asambleas ordinarias celebradas	Promedio de transacciones de los socios en el período de análisis				# De beneficios dirigidos a socios en ámbitos distintos a servicios financieros	% Beneficios sociales adicionales para colaboradores con contrato no indefinidos u otra relación laboral	
% Cartera de crédito mujeres	% Asistencia a reuniones del Consejo de Administración					% De puntos de atención que brindan acceso a personas con discapacidad	% De labores cubiertos por un convenio colectivo o integrados en una asociación-agrupación de la cooperativa	

% Créditos vigentes orientados a mujeres						% De beneficiarios por servicios sociales	Tasas de ausentismo por enfermedad y/o accidentes de los colaboradores	
Variación del monto promedio en línea de crédito Microcrédito						Iniciativas sociales que se realicen en conjunto con organismos de la sociedad civil para mejorar la condición de una comunidad	% De colaboradores que reciben evaluaciones regulares del desempeño y/o de desarrollo profesional	
Variación del monto promedio en línea de crédito Vivienda						Mecanismos de información sobre los productos y servicios que son requeridos	Relación promedio de equidad entre salario base de las mujeres con	

						por la normativa de transparencia de información	respecto al de los hombres.	
Variación del monto promedio en línea de crédito Consumo						Convenios con gobiernos locales, provinciales, nacionales y/o con organismos gubernamentales		
Variación del monto promedio de créditos a mujeres en Vivienda						Iniciativas de reciclaje		
Variación del monto promedio de créditos a mujeres en Microcrédito						% De variación anual de la utilización de materiales por colaborador		
Variación del monto promedio de créditos a						% De gasto generado por pagos a		

mujeres en Consumo						proveedores locales		
% De cumplimiento de montos de crédito establecidos en POA.						% De proveedores locales contratados		
% De la colocación								
% Deserción de socios								
Relación de cuota de ingreso con respecto a salario mínimo mensual								

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

CORRIDA EFECTUADA EN EL AÑO 2018

Tabla N° 23. Membresía abierta y voluntaria

P1. MEMBRESIA ABIERTA Y VOLUNTARIA			
Las Cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conllevan la condición de socios, sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.			
CÓDIGO	INDICADOR	RESULTADO	COMENTARIO-COMPROMISO
P1001	% Socios activos	69%	Indicador con calificación 4 excelente, del total de socios la mayoría son activos.
P1002	% Socias activas mujeres	47%	Indicador con calificación 3 positivo se acerca a la misión.
P1003	% Socios activos con crédito vigente	18%	Indicador con calificación 2, no cumple con la misión
P1004	% Socios ahorristas nuevos	3%	Indicador con calificación 2 positivo, se debe llegar a la Misión
P1005	% Ahorristas menores de edad nuevos	0.16%	La calificación de este indicador es de 1 bajo, incrementar socios menores de edad para cumplir con la misión
P1006	% Ahorro voluntario(Captaciones)	54%	Indicador con calificación 4 Excelente, captaciones está dentro de la Misión y se cumple
P1007	% Cartera de crédito mujeres	31%	La calificación de este indicador es de 2 positivo se acerca a la Misión
P1008	% Créditos vigentes orientados a mujeres	46%	Indicador con calificación 3, Medio se acerca a la Misión
P1009	Variación del monto promedio en línea de crédito Microcrédito	14%	Indicador con calificación 2, Positivo se acerca a la misión variación favorable durante el periodo de análisis
P1010	Variación del monto promedio en línea de crédito Vivienda	24%	Indicador con calificación 2, positivo se ha mantenido la variación se acerca a la misión.

P1011	Variación del monto promedio en línea de crédito Consumo	26%		Este indicador cumple la Misión establecida, tiene una calificación de 4, de acuerdo a las políticas adoptadas.
P1012	Variación del monto promedio de créditos a mujeres en Vivienda	28%		Indicador con calificación 4, positivo durante el lapso de Análisis
P1013	Variación del monto promedio de créditos a mujeres en Microcrédito	-22%		Indicador con calificación 3, bueno positivo en créditos concedidos a mujeres, incrementar microcréditos a mujeres
P1014	Variación del monto promedio de créditos a mujeres en Consumo	23%		Indicador con calificación 3, Bueno cumple con la misión
P1015	% De cumplimiento de montos de crédito establecidos en POA.	88%		Indicador con calificación 4, positivo cumple con la misión se ha cumplido en su mayoría montos establecidos.
P1016	% De la colocación	76%		Este indicador tiene una calificación de 3, positivo cumple con la misión
P1017	% Deserción de socios	1%		Indicador con calificación 4, excelente cumple con la Misión, se debe evitar la salida de socios.
P1018	Relación de cuota de ingreso con respecto a salario mínimo mensual	10%		Este indicador tiene una calificación de 3, la cuota de ingreso es baja en comparación al SBU, cumple con la Misión
Calificación		2,9		
OBSERVACIONES FINALES: El principio de membresía abierta y voluntaria tiene resultados positivos para la Institución, se recomienda trabajar en cumplir con la misión en próximos estudios.				

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 24. Control democrático de los miembros

P2. CONTROL DEMOCRATICO DE LOS MIEMBROS				
Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros, quienes participan activamente en la definición de políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar su cooperativa, responden ante los miembros. En las cooperativas de base los miembros tienen igual derecho a voto (un miembro, un voto) mientras que en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos.				
CÓDIGO	INDICADOR	RESULTADO		COMENTARIO-COMPROMISO
P2001	% Asistencia de representantes en asamblea general	83%		Indicador con calificación 3 se tiene una buena asistencia de representantes en la Asamblea
P2002	% De socios que participan en elecciones	20%		La Calificación de este indicador es de 1, Bajo se toma como dato las últimas elecciones efectuadas.
P2003	% De mujeres representantes	43%		Indicador con calificación 2 positivo, se acerca a la misión; se debe buscar la equidad de género.
P2004	% Mujeres en los Consejos de Administración y Vigilancia	50%		Indicador con calificación 4, cumple con la Misión la mitad son mujeres
P2005	% De miembros de los consejos de Administración y Vigilancia procedentes de la comunidad local	38%		Indicador con calificación 2 positivo, se acerca a la misión
P2006	% Promedio de asistencia de representantes a las asambleas ordinarias celebradas	60%		Este indicador tiene una calificación de 3 positivo, cumple con la Misión
P2007	% Asistencia a reuniones del Consejo de Administración	10%		Indicador con calificación 3, positivo la asistencia en reuniones de Consejo cumple con la Misión
Calificación		2,57		
OBSERVACIONES FINALES: La participación permanente de los socios, permiten edificar propuestas más acertadas para la gestión institucional, se intenta involucrar participativamente a los diferentes grupos de intereses que forman la organización. El principio control democrático de sus miembros se basan en las últimas elecciones y durante el período de estudio.				

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 25. Participación de los miembros

P3. PARTICIPACION DE LOS MIEMBROS			
Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa. Usualmente reciben una compensación limitada si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membresía. Los miembros asignan excedentes para cualquiera de los propósitos: el desarrollo de la cooperativa mediante la posible creación de reservas de la cual al menos una parte debe ser indivisible; los beneficios para los miembros en proporción con sus transacciones con la cooperativa; y el apoyo a otras actividades según lo apruebe la membresía.			
CÓDIGO	INDICADOR	RESULTADO	COMENTARIO-COMPROMISO
P3001	% Aportación (capital social) con respecto al patrimonio total	46%	La calificación del indicador es de 3, cumple con la Misión
P3002	% Reservas al patrimonio total	54%	La calificación del indicador es de 3, se acerca a la Misión
P3003	Patrimonio técnico	189%	Este indicador tiene una calificación de 4, cumple con la misión y sobre pasa lo requerido
P3004	Tasa de interés pasivas ponderada real	5.38	La calificación de este indicador es 3 positivo, cumple con la misión
P3005	Cobertura del margen financiero con relación a los gastos operativos	65%	Este indicador tiene una calificación de 2 negativo, no cumple con la misión
P3006	Promedio de transacciones de los socios en el período de análisis	22	Calificación con calificación 4, en el año 2018 se evidencia que existió un buen nivel de transaccionalidad de los socios en la Cooperativa
Calificación		2,17	
OBSERVACIONES FINALES: El principio participación de sus los miembros tiene resultados positivos para la Cooperativa.			

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 26. Autonomía e independencia

P4. AUTONOMIA E INDEPENDENCIA				
Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tiene capital de fuentes externas, lo realicen en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.				
CÓDIGO	INDICADOR	RESULTADO		COMENTARIO-COMPROMISO
P4001	Políticas de niveles de aprobación de créditos y captaciones	EXISTE SE APLICA EN EL ULTIMO AÑO		Indicador con calificación 4, es favorable contar con manuales y reglamentos
P4002	% Concentración de depósitos	13.07%		Indicador con calificación 3, cumple con la Misión
Calificación		3,5		
OBSERVACIONES FINALES : El principio autonomía e independencia tiene resultados favorables				

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 27. Educación, formación e información

P5. EDUCACIÓN, FORMACIÓN E INFORMACIÓN				
Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados; de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Las cooperativas informan al público en general.				
CÓDIGO	INDICADOR	RESULTADO		COMENTARIO-COMPROMISO
P5001	% De miembros de los Consejos de administración y Vigilancia, Representantes, Miembros de Comités y socios; capacitados	38 %		Indicador con calificación 3 negativo , se acerca con la misión
P5002	% Cumplimiento de horas de capacitación requeridas por normativa (interna o externa)	NO EXISTE		Indicador con calificación 1, no cumple con la misión el cual se debe implementar y mejorar
P5003	% Capacitaciones internas y externas	100 %		Indicador con calificación 3, se acerca a la Misión reforzar indicador en la Cooperativa
P5004	% De miembros de consejos de Administración y Vigilancia y Comités, formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la cooperativa.	12 %		Indicador con calificación 1, no cumple con la misión el cual se debe implementar y mejorar
P5005	Mantiene de manera estructurada iniciativas de formación cooperativa	SI		Indicador con calificación 2, no cumple con la misión el cual se debe implementar y mejorar
P5006	Mantiene de manera estructurada iniciativas de educación financiera	SI		Indicador con calificación 1, no cumple con la misión el cual se debe implementar y mejorar debido que son muy pocas.
Calificación		2,00		
OBSERVACIONES FINALES: El principio formación y educación no se desarrolla favorablemente presenta porcentajes muy bajos en sus indicadores.				

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 28.Cooperación entre cooperativas

P6. COOPERACIÓN ENTRE COOPERATIVAS				
Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen al movimiento cooperativo, Trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales e internacionales.				
CÓDIGO	INDICADOR	PORCENTAJE	RESULTADO	COMENTARIO-COMPROMISO
P6001	# De alianzas con otras cooperativas de ahorro y crédito	2		Este indicador tiene una calificación de 2 , bajo en alianzas entre cooperativas, no cumple con la misión
P6002	# De eventos en alianza con otras cooperativas de ahorro y crédito	1		La calificación de este indicador es de 1, no se realizan eventos con otras cooperativas no se cumple con las Misión
P6003	Participación en organismos de integración	1		La Calificación de este indicador es de 1, bajo negativo la cooperativa no participa en organismos de integración
Calificación		1,33		
OBSERVACIONES FINALES: El principio Cooperación entre Cooperativas se debería reforzar en la Cooperativa.				

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 29.Compromiso con la comunidad

P7. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD				
La Cooperativa trabaja para el desarrollo de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.				
CÓDIGO	INDICADOR	PORCENTAJE	RESULTADO	COMENTARIO-COMPROMISO
P7001	% Promedio del índice de satisfacción	NO SE HA EVALUADO		Indicador con calificación 0, no existen estudios de satisfacción al socio
P7002	% Promedio de satisfacción de servicios financieros	NO SE HA EVALUADO		Indicador con calificación 0, no existen estudios de satisfacción al socio
P7003	convenios con otras instituciones que prestan otros servicios para socios	0		Indicador con calificación 0, no ha convenios con otras instituciones para brindar servicios de la Cooperativa
P7004	% De coberturas física en comunidades donde no existen otras instituciones de servicios financieros	0		No se ha implementado mecanismos de ayuda en comunidades para ofertar productos y servicios
P7005	Mantiene otras formas de atención a los socios en comunidades rurales	0		No se ha implementado mecanismos de ayuda en comunidades para ofertar productos y servicios

P7006	# De beneficios dirigidos a socios en ámbitos distintos a servicios financieros	3		Este indicador tiene una calificación de 3, por los servicios sociales que presta a sus socios cumple con la Misión
P7007	% De puntos de atención que brindan acceso a personas con discapacidad	25%		Indicador con calificación 2 negativos, se debe mejorar atención a personas con discapacidad.
P7008	% De beneficiarios por servicios sociales	14%		Indicador con calificación 2 negativo, los servicios no son aprovechados por los socios
P7009	Iniciativas sociales que se realicen en conjunto con organismos de la sociedad civil para mejorar la condición de una comunidad	3		Calificación 2, existen iniciativas
P7010	Mecanismos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por la normativa de transparencia de información	4		Cuenta con mecanismos de información para el socio, la calificación de este indicador es de 3, negativa; incrementar mecanismos para los socios.

P7011	Convenios con gobiernos locales, provinciales, nacionales y/o con organismos gubernamentales	0		Este indicador cuenta con una calificación de 1, reforzar indicador.
P7012	Iniciativas de reciclaje	1		Indicador con calificación 1, negativo cuenta no iniciativas de reciclaje en beneficio de la Comunidad no son relevantes las existentes.
P7013	% De variación anual de la utilización de materiales por colaborador	NO EXISTE		Indicador con calificación 0, no existe un control de material por colaborador
P7014	% De gasto generado por pagos a proveedores locales	24%		Indicador con calificación 2 positivo, cumple con la Misión
P7015	% De proveedores locales contratados	67%		la calificación de este indicador tiene una calificación de 4, cumple con la Misión
Calificación		1,33		
OBSERVACIONES FINALES: El principio de Compromiso con la Comunidad no es favorable en la Institución.				

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 30. Publico interno

PI. PUBLICO INTERNO				
CÓDIGO	INDICADOR	PORCENTAJE	RESULTADO	COMENTARIO-COMPROMISO
PI001	% Colaboradores mujeres en mandos medios y gerenciales	53%		La calificación de este indicador es de 4, cumple con la misión
PI002	% Cumplimiento de la normativa laboral en relación a la contratación de personas con discapacidad	150%		Se da cumplimiento a la normativa laboral, este indicador tiene una calificación de 4 y sobrepasa la Misión
PI003	Relación salarial anual (remuneración total máxima y mínima)	5 Veces		Indicador con calificación 4, positivo cumple con la Misión
PI004	% De colaboradores con contrato indefinido	100%		El 100% de los trabajadores tienen estabilidad laboral, este indicador tiene la calificación de 4 cumple con la misión
PI005	Índice de rotación de colaboradores	14%		La calificación de este indicador es 4, cumple con la misión
PI006	% Beneficios sociales adicionales para colaboradores con contrato no indefinidos u otra relación laboral	0%		No existen este tipo de políticas en la institución, este indicador tiene una calificación de 1.

PI007	% De colaboradores cubiertos por un convenio colectivo o integrados en una asociación-agrupación de la cooperativa	0%		No existen este tipo de iniciativas en la Cooperativa
PI008	Tasas de ausentismo por enfermedad y/o accidentes de los colaboradores	9%		Indicador con calificación 3 positivo, cumple con la Misión
PI009	% De colaboradores que reciben evaluaciones regulares del desempeño y/o de desarrollo profesional	20%		Indicador con calificación 3 positivo, cumple con la misión
PI010	Relación promedio de equidad entre salario base de las mujeres con respecto al de los hombres.	104		El salario base de las mujeres sobre pasa al de los hombres, este indicador tiene una calificación de 3 positivo cumple con la Misión
Calificación		3,1		
OBSERVACIONES FINALES: El principio público interno se desarrolla favorablemente.				

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 31. Gestión.

GEST. GESTIÓN				
CÓDIGO	INDICADOR	PORCENTAJE	RESULTADO	COMENTARIO-COMPROMISO
GEST001	% De procesos analizados o normativas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	100%		Existen normativas y se aplican
GEST002	Auditoría interna y/o Consejo de Vigilancia emiten pronunciamiento sobre balance social.	SI EXISTE		Se emiten pronunciamientos
Calificación		3,00		
OBSERVACIONES FINALES: El principio Gestión Financiera tiene resultados positivos se realiza una buena Gestión.				

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 32. Calificación de los principios cooperativos.

REF.	PRINCIPIOS	MISIÓ N	201 8
P1	MENBRESIA ABIERTA Y VOLUNTARIA	4	2.9
P2	CONTROL DEMOCRATICO DE LOS MIENBROS	4	2.57
P3	PARTICIPACIÓN DE LOS MIENBROS	4	2.17
P4	AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA	4	3.5
P5	EDUCACIÓN, FORMACIÓN E INFORMACIÓN	4	2
P6	COOPERACIÓN ENTRE COOPERATIVAS	4	1.33
P7	COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	4	1.3
PI	PÚBLICO INTERNO	4	3.1
GEST	GESTIÓN	4	3

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

Diagnóstico. - Una vez obtenidos los resultados se elabora un diagrama de telaraña, que representa cada uno de los indicadores medidos, permitiendo conocer la información resultante y su comparación frente a la misión institucional.

GRÁFICO CALIFICACIÓN



Gráfico N° 18. Gráfico de calificación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Se representa claramente en el diagrama de la telaraña los indicadores que requieren un plan de acción que mitigue los efectos negativos a la cooperativa. El resultado generado ha sido calificado sobre 4 (excelente), demostrando cuán importante es el cumplimiento de la misión. Con calificación de bajo la media de 2 realizar un plan de acción que permita mejorar el cumplimiento de la responsabilidad social que tiene la institución con los diferentes grupos de interés. A demás se especifica los responsables de cada área para la superación de las brechas identificadas y así poder revertir los resultados, también es importante conocer las acciones, estrategias que se debe poner en práctica para el mejoramiento continuo de los indicadores medidos, por último se deberá fijar fechas de cumplimiento y medios de verificación.

Para los indicadores que tengan una calificación de 1 y 2 se realizará un plan de acción.

- Bajo (1) color rojo
- Medio (2) color amarillo

A continuación se presenta una tabla que contiene un plan de acción a desarrollarse:

Tabla N° 33. Plan de acción

INDICADOR	ACCIÓN	ESTRATEGIAS	RESPONSABLE	FECHA CUMPLIMIENTO	MEDIO DE VERIFICACIÓN
% Socios activos con crédito vigente	Incrementar el número de socios activos con crédito vigente.	Realizar campañas publicitarias de los productos de crédito que ofrece la Cooperativa. Acceder a financiamiento externo para responder más ampliamente a la demanda de crédito existente.	Marketing	31/12/2019	Informe con los resultados obtenidos
% Socios ahorristas nuevos	Incrementar el ingreso de socios nuevos a la Cooperativa.	Capacitar y mejorar la atención del personal de atención al cliente, reducir el valor del descuento por servicios sociales, dar a conocer los servicios productos y beneficios a los cuales puede acceder como socio.	RRHH	31/06/2019	Evaluación de capacitación, comunicado de la reducción del descuento
% Ahorristas menores de edad nuevos	Incrementar el número de socios infantiles	Ejecutar un plan de captación de ahorro niño, realizar visitas in situ a posibles ahorristas, premiar el ahorro infantil.	Marketing	31/12/2019	Informe de los resultados del plan

% Cartera de crédito mujeres	Destinar mayor número de créditos a mujeres	Incrementar la concesión de créditos, establecer políticas de excepciones para agilizar el proceso de acceder a un crédito a mujeres emprendedoras.	Jefe de negocios	31/12/2019	Número de créditos otorgados/total cartera
% De socios que participan en elecciones	Concienciar a los socios sobre la importancia de participar en elecciones	Realizar campañas de capacitación a todos los socios, dar a conocer sus derechos a elegir a sus representantes.	RRHH	31/06/2019	Asistencia a las capacitaciones, resultados obtenidos
% De mujeres representantes	Motivar a la equidad de género en elección de representantes	Establecer como política interna la equidad de género en la designación de representantes	Consejo de administración	31/10/2019	Política aprobada y aplicada
% De miembros de los consejos de Administración y Vigilancia procedentes de la comunidad local	Establecer la preferencia que los miembros de los consejos de Administración y Vigilancia sean procedentes de la comunidad local	Establecer una política interna que defina el número de representantes máximos por agencias, de acuerdo al tamaño de sus activos, sugerir elegir personas de la localidad para estas funciones.	Consejo de administración	31/10/2019	Política aprobada y aplicada
Cobertura del margen financiero con relación a los gastos operativos	Mejorar la Cobertura del margen financiero con relación a los gastos operativos	Mejorar el nivel de rentabilidad, reducir el indicador de cartera en riesgo, reducir los gastos operativos	Contabilidad	31/12/2019	ROA,ROE, índice de morosidad

% Cumplimiento de horas de capacitación requeridas por normativa (interna o externa)	Dar cumplimiento de horas de capacitación requeridas por normativa (interna o externa)	Controlar que el plan de capacitación anual se ejecute a cabalidad.	RRHH	31/12/2019	Numero de capacitaciones planificadas/número de capacitaciones ejecutas
% De miembros de consejos de Administración y Vigilancia y Comités, formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la cooperativa	Capacitar a los miembros de consejos de Administración y Vigilancia y Comités, en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la cooperativa	Incluir en el plan de capacitación anual la capacitación de directivos en políticas y procedimientos contra la corrupción.	RRHH	31/06/2019	Numero de capacitaciones planificadas/número de capacitaciones ejecutas
Mantiene de manera estructurada iniciativas de formación cooperativa	Mantener de manera permanente y estructurada iniciativas de formación cooperativa	Establecer una política de formación permanente para todo quienes forman parte de la Cooperativa	Consejo de administración	31/12/2019	Política aprobada y aplicada
Mantiene de manera estructurada iniciativas de educación financiera	Mantener de manera continua y estructurada iniciativas de educación financiera	A través de los diferentes comités designados por el consejo de administración ejecutar planes de capacitación a los socios	Consejo de administración	31/12/2019	Informe de ejecución de campañas y resultados obtenidos
# De alianzas con otras cooperativas de ahorro y crédito	Establecer alianzas con otras cooperativas de ahorro y crédito	Mediante el establecimiento de contacto con otras	RRHH	31/10/2019	Numero de alianzas planificadas/número de alianzas ejecutas

		Cooperativas, realizar alianzas de progreso			
# De eventos en alianza con otras cooperativas de ahorro y crédito	Participar en diversos eventos en alianza con otras cooperativas de ahorro y crédito	Designar una comisión que se encargue de gestionar y coordinar eventos con otras Cooperativas	Gerencia	31/10/2019	Numero de eventos realizados/eventos participados
Participación en organismos de integración	Participar en organismos de integración local y nacional	Optar por participar en actividades de integración	Gerencia	31/12/2019	Numero de eventos realizados/eventos participados
% Promedio del índice de satisfacción	Evaluar el índice de satisfacción del socio/cliente	Realizar encuestas de satisfacción a los socios, entrevistas a los mayores depositantes	Marketing	31/06/2019	Resultados estadísticos de encuestas
% Promedio de satisfacción de servicios financieros	Evaluar el nivel de satisfacción respecto a los servicios financieros	Establecer indicadores para evaluar la satisfacción de los socios, evaluar la calificación generada por los turneros	Marketing	31/06/2019	Evaluación de indicadores y resultados obtenidos
Convenios con otras instituciones que prestan otros servicios para socios	Establecer convenios con otras instituciones que prestan otros servicios para socios	Realizar convenios con instituciones que presten servicios complementarios a los socios,	Jefe de negocios	31/12/2019	Informe de convenios celebrados
% De coberturas física en comunidades donde no existen otras instituciones	Procurar dar cobertura física en comunidades donde no existen otras instituciones de servicios financieros	Desarrollar un plan de implementación de la Cooperativa móvil para llegar a comunidades alejadas del sector urbano	Marketing	31/10/2019	Informe de resultados obtenidos

de servicios financieros					
Mantiene otras formas de atención a los socios en comunidades rurales	Instaurar otras formas de atención a los socios en comunidades rurales	Implementar la metodología de ahorro móvil, para que la Cooperativa llegue a la gente	Marketing	31/10/2019	Informe de resultados obtenidos
% De puntos de atención que brindan acceso a personas con discapacidad	Habilitar puntos de atención que brindan acceso a personas con discapacidad	Realizar modificaciones físicas en las instalaciones de las oficinas para habilitar puntos de atención prioritario	Seguridad física	31/10/2019	Informe de implementación
% De beneficiarios por servicios sociales	Realizar promoción y publicidad de los servicios sociales para los socios	capacitar al personal de atención al cliente para que proporcione una adecuada información acerca de los servicios sociales, realizar campañas publicitarias	Coordinadora de servicios sociales	31/12/2019	Informe de número de socios que accedieron a los servicios sociales
Iniciativas sociales que se realicen en conjunto con organismos de la sociedad civil para mejorar la condición de una comunidad	Crear o participar en Iniciativas sociales que se realicen en conjunto con organismos de la sociedad civil para mejorar la condición de una comunidad	Instaurar un política de participar activamente en iniciativas sociales	Consejo de administración	31/10/2019	Política aprobada y aplicada

Convenios con gobiernos locales, provinciales, nacionales y/o con organismos gubernamentales	Celebrar convenios con gobiernos locales, provinciales, nacionales y/o con organismos gubernamentales	Ofertar el servicio de acreditación de roles institucionales en las diferentes instituciones locales, ser parte y contribuir en proyectos gubernamentales	Roles	31/12/2019	Informe de convenios conseguidos
Iniciativas de reciclaje	Implementar iniciativas de reciclaje	Designar una comisión que se encargue de implementar iniciativas de reciclaje en su localidad	Consejo de administración	31/10/2019	Informe de resultados obtenidos
% De variación anual de la utilización de materiales por colaborador	Evaluar la utilización de materiales por colaborador	Realizar un análisis trimestral de la utilización de materiales por empleado	Contabilidad	31/06/2019	Informe de uso de materiales
% De procesos analizados o normativas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	Revisar periódicamente los procesos o normativas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	Realizar una evaluación trimestral del cumplimiento del código de ética	Auditoria	31/06/2019	Informe de cumplimiento

Elaborado por: Valeria Flores (2019)

Fuente: Investigación propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Luego del análisis e interpretación de los resultados de los cuestionarios aplicados a los directivos, empleados y socios de la Cooperativa, se hace énfasis en el objetivo general que menciona analizar la incidencia del Balance Social como herramienta de medición y control de la Responsabilidad Social, se ha obtenido las siguientes conclusiones.

- Los Directivos de la Cooperativa están conscientes de la elaboración del Balance Social, ya que el mismo permite dar cumplimiento a los principios y valores establecidos por la ACI, pero existe desconocimiento sobre la Responsabilidad Social, además existe un escaso sentido de pertenencia de los socios hacia la Cooperativa, pues los mismos no conocen los derechos y obligaciones que mantienen con la entidad al momento de ser socios.
- Se considera que el balance social es una de las herramientas más adecuadas para brindar información social y que sin duda una de sus ventajas de aplicación es que recoge, analiza y valora la información detalladamente. Sin embargo los diferentes grupos de interés no conocen los verdaderos motivos por los cuales aún no se aplica en la entidad.
- Luego de haber efectuado la primera corrida del balance social, se puede evidenciar un aceptable porcentaje en algunos principios y en otros es necesario implementar estrategias de mejoras, con el propósito de mejorar el resultado de los indicadores de sostenibilidad social, ya que en la actualidad es de importancia para los grupos de interés, la vinculación de las instituciones con la comunidad con fines de mejorar sus condiciones de vida, sin estar de por medio el fin de sacar un beneficio económico.

Recomendaciones

- Es necesario realizar y dar un seguimiento al balance social de la Institución a lo largo de un determinado periodo para mejorar indicadores y cumplir con la misión establecida. Los principios que demandan mayor atención y cumplimiento son la cooperación entre entidades financieras, el compromiso con la comunidad y la educación, formación y educación.
- Desarrollar una campaña de actualización de datos de los socios o cursos cooperativistas mensualmente en la cual se dé a conocer los derechos y obligaciones que estos tienen al momento de ser socios, informar que es la Asamblea de Socios y para qué sirve y la importancia de participar en las elecciones.
- Es importante seguir fortaleciendo el conocimiento en cuanto a responsabilidad social e ir mejorando las formas de presentar la información social a los grupos de interés, acción que crea una imagen positiva de la institución.
- Se sugiere realizar periódicamente la evaluación de los indicadores y dimensiones de cumplimiento, para determinar el nivel de crecimiento y tomar decisiones oportunas.
- Llevar un adecuado control de las actividades sociales, económicas y ambientales mediante el Balance Social considerando a este como una herramienta de gestión que les permita la medición y control de la Responsabilidad Social.

BIBLIOGRAFÍA

- AA, 1. (1999). *Institute of Social and Ethical Accountability*. www.accountability.org.uk.
- Abreu, J. L. (2007). *Análisis del concepto de responsabilidad*. International Journal of Good Conscience. N° 2: 54-70. [http://www.spentamexico.org/v2-n1/2\(1\)%2054-70.pdf](http://www.spentamexico.org/v2-n1/2(1)%2054-70.pdf).
- ACI. (s.f.). Obtenido de <http://www.aciamericas.coop/Balance-Social-Cooperativo-2394>
- Aguirre, A. (2001). Los principios cooperativos "atractores" de la gestión eficiente; su medición. Aplicación al caso de Modragón Corporación Cooperativa. *CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93-113.
- Alfonso, A. (2008). *Metodologías de medición y evaluación del desempeño social*.
- Alicia Beatriz Ressel, V. C. (2012). *EL BALANCE SOCIAL Y SU IMPORTANCIA COMO INSTRUMENTO*. España .
- Álvarez, D. y. (2002). *¿Empresas desalmadas? Una visión ética del mundo empresarial*. . Madrid: Dykinson.
- Alvira, R. (2001). *Cuadernos de Humanismo Instituto de Empresa y Humanismo (Universidad de Navarra)*. Pamplona.
- Américas, A. C. (2012). *Balance Social Cooperativo (BSCoop)*. www.aciamericas.coop/Balance-Social-Cooperativo-2394.
- Argandoña, A. (1994). *La ética de la empresa: Instituto de Estudios Económicos*. Madrid.
- Arias, F. G. (2006). *Metodología de la investigación científica*. Mexico : Episteme. Recuperado el 25 de 06 de 2018.
- Bastidas Delgado, O. (2004). "La especificidad cooperativa". Universidad Central de Venezuela, Caracas. pág. 2 a 19.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación* . Mexico : Pearson Education.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación. Tercera edición*. Colombia: Pearson.
- Castillo Clavero, A. (s.f.). "El Resurgir de la Responsabilidad Social de la Empresa en los Umbrales del Siglo XXI" - Universidad de Málaga. Pág. 2 a 7. En formato pdf.

- Colina, J. S. (2008). *Instrumento de análisis para la gestión empresarial responsable*. . España: [Fecha de consulta: 18 de diciembre de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90411691010>> ISSN.
- Coraggio, J. L. (2011). *Economía Social Y Solidaria, El Trabajo Antes Que El Capital*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- CRSEurope, M. (s.f.). *Responsabilidad Social Empresarial*. www.csreurope.org/matrix.
- Delgado, B. (2008). *La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor*. Venezuela.
- DERES. (2003). *Desarrollo de la Responsabilidad Social*. . Estados Unidos: Recuperado el Agosto de 2015, de http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/balancesocial.pdf .
- Directivos. (2018). *Plan Estrategico de la Coac Juan Pio de Mora*. San Miguel de Bolívar.
- Ethos., I. (2001). *Guía de elaboración de Informe y Balance Anual de Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de *Guía de elaboración de Informe y Balance Anual de Responsabilidad Social Empresarial*.
- Fernandez Lorenzo, L. G. (1998). *"Balance Social Cooperativo Integral. Un modelo argentino basado en la Identidad Cooperativa"*. Cuaderno 5 Serie Investigación del Instituto Provincial de Acción Cooperativa (IPAC). La Plata, Argentina.: Código ISBN, 987-98546-0-8.
- Fernandez Lorenzo, L. G. (1998). "Tipología del denominado Balance Social". Publicado en *Revista del Instituto de la Cooperación* , Editorial IDELCOOP, Buenos Aires, 111/98.
- Fernandez, L. (2005 de 1988). *Tipología del denominado Balance Social*. Recuperado el Agosto de 2015, de http://www.econo.enlp.edu.ar/uplads/docs/cooperativas_tipología.pdf.
- Fernandez, L. (1998). *Balance Social Cooperativo Integral*. Argentina: Facultad De Ciencias Económicas – U.N.L.P.
- GRI. (s.f.). *Guia para la Elaboracion de Memorias de Sostenibilidad*. www.globalreporting.org.
- Guédez, V. (2009). *Ser Confiable. Responsabilidad Social y Reputación Empresarial*. Madrid: Planeta.

- Heber, S. (1997). *Instituto Barsilero de Analisis Sociales y Economicos*.
www.ibas.org.br y/o www.balancosocial.org.br.
- Hernandez, R. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Bogota: Sexta edicion .
- Herrera, L. E. (2004). *Tutoria de la Investigacion Cientifica*. Ambato: Maxtudio.
- Jácome, H. (2014). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Quito:
<http://www.seps.gob.ec/noticia?la-seps-presenta-la-investigacion-el-balancesocial-para-las-organizaciones-de-la-eps-en-el-ecuador>.
- Kirschner, A. M. (2005). La Responsabilidad Social de la Empresa. *Revista Mexicana Política Exterior*, 74; 122.142.
- Laville, J.-L., & García, J. (2009). *Crisis Capitalista y Economía Solidaria: Una economía que emerge como alternativa real*. Barcelona: Icaria.
- LOEPS. (2011). *Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario*. Ec. Rafael Correa Delgado, Presidente de la República del Ecuador, registro oficial 444 del 10 de mayo de 2011. . Quito.
- Lozano, J. (2009). *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*. Madrid: Trotta.
- Miquel, J. E. (1988). *Cooperativismo y economía social. Perspectivas en el Ecuador*. “Cuadernos de políticas sociales”. . Quito: LPES – ILDIS. N° 2: 47-71.
- Montes, V. (2016). *Balance Social (Un modelo argentino basado en la Identidad Cooperativa)*. Argentina: Facultad De Ciencias Económicas – U.N.L.P.
- Muñoz Campos, R. (2000). *La Investigación Científica Paso a Paso*. El Salvador: Talleres gráficos UCA. Reimpresión El Salvador.
- OIT, O. I. (2001). *La responsabilidad social no es gastos sino una inversion*.
- OIT, O. I. (2001). *Manual de Balance Social*. Obtenido de *Manual de Balance Social*.
http://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/balanc
nc.
- Paéz Pareja, J. (16 de Octubre de 2014). *Balance Social, Modelo y primeros resultados agregados*.
<http://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/BS%20Modelos%20y%20>
20.

Prandi, M. (s.f.). (2007c). "U.

Prandi, M. (2007). *Un nuevo reto para la empresa con los derechos humanos: la cadena de abastecimiento*. Lima : Comisión Andina de Juristas.

Rodriguez, A. (2012). *Importancia del balance social*. España.

Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. . Caracas: Panapo.

San Bartalome, J. C. (2008). *Balance Social Cooperativo. Seminario Taller de Formación de Auditores en Balance Social Cooperativo*. . Santiago: btenido de <http://www.aciamericas.coop/seminario-taller-de-Formacion-en> .

SEPS. (2012). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Quito.

Zabala Salazar, H. (2008). *Construcción de un modelo de Balance Social para el Cooperativismo de una Región Latinoamericana El caso de Antioquia*Obtenido de *Construcción de un modelo de Balance Social para el Cooperativismo de una Región Latinoamericana*. Colombia: <https://www.researchgate.net/publication/242541735>.



ANEXOS

FORMULARIO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE LAS ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA

Objetivo

Obtener información que permita establecer la importancia de la aplicación del balance social en la Cooperativa Juan Pío de Mora, entendiéndose que tiene como finalidad brindar información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social asumida y ejercida por la institución.

Instrucciones: Escoja la opción que considere correcta.

1) ¿Conoce que es la responsabilidad social?

SI	NO
☐	☐

2) ¿Sabe usted quienes conforman los grupos de interés de la Cooperativa y su relación con el balance social?

SI	NO
☐	☐

3) ¿Sabe que información contiene un balance social y cuál es su impacto?

SI	NO
☐	☐

4) ¿Usted cree importante que la Cooperativa Juan Pío de Mora informe sobre su accionar social a los empleados, socios y comunidad en general?

SI	NO
☐	☐

5) ¿Considera usted que proporcionar información detallada sobre las prácticas de responsabilidad social en la COAC es una ventaja?

SI	NO

6) ¿Cree que el balance social es una de las herramientas más adecuadas para proporcionar información social?

SI	NO

7) ¿Cree que la aplicación del balance social fortalecería el compromiso de la COAC con los diferentes grupos interés?

SI	NO

8) ¿Es necesario que la Cooperativa Juan Pío de Mora invierta en capacitaciones a los socios?

SI	NO

9) ¿Conoce usted que servicios sociales brinda la institución?

SI	NO

10) ¿Ud. ha recibido de la Cooperativa algún servicio social?

SI	NO

11) ¿Qué opinión le merecen los servicios sociales que le brinda la cooperativa en forma directa o a través de terceros?

Bueno	
Regular	
Malo	

12) ¿Recomendaría a otras personas los servicios de la Cooperativa?

SI	NO

FORMULARIO DE LA ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE LAS ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA



- 1) **¿En la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío De Mora, se aplica el balance social, que permita establecer indicadores cuantitativos y cualitativos el accionar social?**

Si () No ()

¿Porque?

.....

.....

.....

.....

- 2) **¿Existe una base de datos actualizada que permita determinar el número de socios, por edad, sexo, nacionalidad, fallecidos, actividad económica, zona de residencia, etc, variables que servirán de insumo para la construcción del balance social?**

Si () No ()

¿Porqué?

.....

.....

.....

.....

- 3) **¿Cree que el cumplimiento de la misión institucional tiene relación con la responsabilidad social?**

Si () No ()

¿Por qué?

.....

.....

.....

.....

4) **¿Cree que hace falta empoderamiento sobre el cumplimiento de la misión que tienen las organizaciones de la economía social en cada institución?**

Si () No ()

¿Porque?

.....
.....
.....
.....

5) **¿La Cooperativa informa el cumplimiento de responsabilidad social a los grupos de interés?**

Si () No ()

¿Porque?

.....
.....
.....

6) **¿Qué herramienta utiliza la institución para evaluar su accionar social?**

.....
.....
.....

7) **¿Cree que la aplicación del Balance Social en los actuales momentos es factible? ¿Estaría dispuesto a colaborar y promover su implementación?**

Si () No ()

¿Porque?

.....
.....
.....
.....
.....

8) **¿Cree que es una ventaja la elaboración periódica y sistemática del Balance Social en la Cooperativa?**

Si () No ()

¿Porque?

.....
.....
.....
.....

9) ¿Cree que el resultado de la medición del balance social puede ser un insumo para la generación de proyectos de responsabilidad social en favor de los grupos de interés de la Cooperativa?

Si () No ()

¿Porque?

.....
.....
.....

Gracias

CERTIFICADO



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "JUAN PÍO DE MORA"

MATRIZ: SAN MIGUEL
SUCURSALES: BABAHOYO, QUINSALOMA Y QUEVEDO
AGENCIAS: GUARANDA, CHIMBO, CHILLANES, CALUMA Y RICAURTE

San Miguel de Bolívar, 29 de abril del 2019.

CERTIFICADO

Yo, **PEDRO PABLO LUCIO QUINTANA**, portador de la C.I. 180350343-0, En calidad de Representante Legal de la COAC "JUAN PÍO DE MORA". LTDA, **CERTIFICO**, que la Ing. Valeria Flores portador de la C.I. 020201535-0, estudiante del Programa de Maestría en Administración de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, Corte 3, de la Universidad Tecnológica Indoamerica, elaboró un **MODELO DE BALANCE SOCIAL BASADO EN LA METODOLOGÍA ACI**, el mismo que ha sido analizado y aprobado en Junta General.

Particular que pongo en su conocimiento, facultando a la interesada hacer uso en todo acto de buena fe.

Atentamente,

ING. PEDRO PABLO LUCIO QUINTANA
GERENTE GENERAL



Financieramente Solvente, Solidariamente Humanista
Servicios: Ahorros, Préstamos, Fondos de Solidaridad Cooperativo, Anticipo de Sueldos, Cajero Automático

Teléfonos:
2989-042 - 2989-017
2989-917 - 2650-912