



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en
Contabilidad y Auditoría CPA.**

Tema:

“El balance social como instrumento de evaluación de la responsabilidad social
empresarial en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3”

Autora: Buenaño Palacios, Alina Alejandra

Tutora: Dra. Paredes Cabezas, Maribel del Rocío

Ambato – Ecuador

2017


APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dra. Maribel del Rocío Paredes Cabezas, con cédula de identidad 180245984-0, en mi calidad de Tutora del proyecto de investigación sobre el tema: **“EL BALANCE SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL SEGMENTO 1 – ZONA 3”**, desarrollado por Alina Alejandra Buenaño Palacios, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Abril de 2017

TUTORA



Dra. Maribel del Rocío, Paredes Cabezas

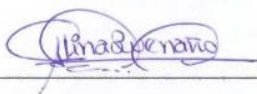
C.I. 180245984-0

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Alina Alejandra Buenaño Palacios, con cédula de identidad 180446854-2, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“EL BALANCE SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL SEGMENTO 1 – ZONA 3”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Abril de 2017

AUTORA



Alina Alejandra Buenaño Palacios

C.I. 180446854-2

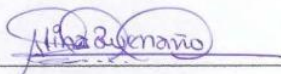
CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Abril de 2017

AUTORA



Alina Alejandra Buenaño Palacios

C.I. 180446854-2

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: “**EL BALANCE SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL SEGMENTO 1 – ZONA 3**”, elaborado por Alina Alejandra Buenaño Palacios, estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Abril de 2017



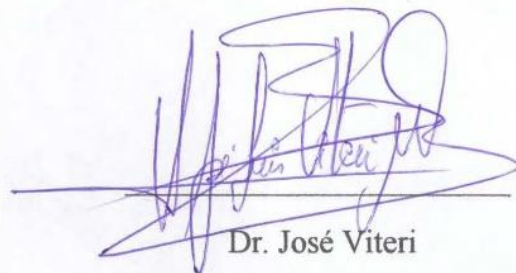
Éco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Dr. Lenyn Vásconez

MIEMBRO CALIFICADOR



Dr. José Viteri

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

*A mis padres; Gustavo y Loyola,
por ser un pilar fundamental en mi vida,
y darme su apoyo incondicional.*

*A Shirley; mi hermana,
que con su sola presencia
llena mi vida de alegría.*

AGRADECIMIENTO

A mi familia, amigos; y, a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron en mi vida universitaria.

A mi tutora, Dra. Maribel Paredes por su apoyo, paciencia y comprensión.

A la Universidad Técnica de Ambato y en especial a la Facultad de Contabilidad y Auditoría y sus docentes por la enseñanza recibida.

A las COAC del Seg. 1 - Zona 3, por la apertura brindada en la realización de este trabajo.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “EL BALANCE SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL SEGMENTO 1 – ZONA 3”

AUTORA: Alina Alejandra Buenaño Palacios

TUTORA: Dra. Maribel del Rocío Paredes Cabezas

FECHA: Abril del 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo se realizó para determinar la relación existente entre la forma de elaboración y presentación del Balance Social y el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. Pero; es la Responsabilidad Social Empresarial ¿un tema publicitario o una práctica cultural efectiva?, a lo largo de este estudio se analiza que aunque es un tema complejo y controvertido, es también muy apasionante, pues implica un proceso de mejora continua. Claro, convertirse en una institución socialmente responsable tienen sus retos; sin embargo, comprender la necesidad y los beneficios de serlo; ha acrecentado la tendencia a involucrarse en el tema, en búsqueda de un Desarrollo Sostenible. Este estudio se enfocó en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3; la encuesta aplicada al personal encargado de elaborar el Balance Social, permitió determinar su grado de conocimiento sobre Responsabilidad Social Empresarial; por otro lado, se realizó una ficha de observación para evaluar la calidad de información que contiene el Balance Social. Los resultados obtenidos demostraron que indudablemente existe relación entre las variables.

PALABRAS DESCRIPTORAS: BALANCE SOCIAL, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, STAKEHOLDERS, GESTIÓN EMPRESARIAL, DESARROLLO SOSTENIBLE.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF AUDITING AND ACCOUNTING
ACCOUNTING AND AUDITING CARREER

THEME: “SOCIAL BALANCE AS AN INSTRUMENT FOR EVALUATING THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVES IN SEGMENT 1- ZONE 3”

AUTHOR: Alina Alejandra Buenaño Palacios

TUTOR: Dra. Maribel del Rocío Paredes Cabezas

DATE: April 2017

ABSTRACT

The present investigative work was realized to determine the existing relation between the elaborative form and presentation of the Social Balance and the completing of the Business Social Responsibility. But; is the Business Social Responsibility a publicity theme or an effective cultural practice? Along this study it is analyzed that although it is a complex theme and controversial, it is also very passionate, which means that the improvement process continues. Clearly, converting into a responsible institution has its challenges; however, understanding the need and the benefits of being such; it has increased the tendency to be involved in the theme, in search of sustainable development. This study focused on the Savings and Credit Cooperatives in Segment 1- Zone 3; the inquest was applied to the personnel in charge of elaborating the Social Balance, permitted to determine their grade of knowledge about Social Business Responsibility; on the other side, an observation sheet was realized to evaluate the quality of the information that Social Balance contains. The results obtained demonstrated that a relation certainly exists between the variables.

KEYWORDS: SOCIAL BALANCE, BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY, STAKEHOLDERS, BUSINESS MANAGEMENT, SUSTAINABLE DEVELOPMENT.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
a. Descripción y formulación del problema.....	2
a.1. Descripción y contextualización.....	2
Macrocontextualización.....	2
Mesocontextualización	3
Microcontextualización	4
a.2. Formulación y análisis crítico.....	6
b. Justificación	7
c. Objetivos.....	9
c.1. Objetivo general	9

c.2. Objetivos específicos	9
CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO	11
a. Antecedentes investigativos.....	11
b. Fundamentación científico – técnica	15
b.1. Descripción conceptual de la variable independiente: Balance Social	18
Gestión empresarial	18
Contabilidad.....	19
Contabilidad Social.....	21
Balance Social.....	22
b.2. Descripción conceptual de la variable dependiente: Responsabilidad Social Empresarial.....	30
Economía Popular y Solidaria	30
Principios del Cooperativismo.....	31
Ética empresarial.....	33
Responsabilidad Social Empresarial.....	34
c. Preguntas directrices y/o hipótesis.....	42
c.1. Preguntas directrices	42
c.2. Hipótesis	42
CAPÍTULO III.....	43
METODOLOGÍA	43
a. Modalidad, enfoque y nivel de investigación	43
a.1. Modalidad	43
a.2. Enfoque.....	44
a.3. Nivel de investigación	44
b. Población, muestra y unidad de investigación.....	46
b.1. Población	46
b.2. Muestra.....	46
b.3. Unidad de investigación	47
c. Operacionalización de las variables.....	47
c.1. Variable independiente	48

c.2. Variable dependiente	49
d. Descripción detallada del tratamiento de la información	50
d.1. Plan de recolección de la información.....	50
d.2. Plan de procesamiento de la información.....	50
e. Validez y confiabilidad de los cuestionarios	51
CAPÍTULO IV	53
RESULTADOS.....	53
a. Principales resultados	53
a.1. Resultados.....	53
a.2. Verificación de la hipótesis	105
b. Limitaciones del estudio	111
c. Conclusiones.....	112
d. Recomendaciones	113
e. Modelo Operativo.....	114
BIBLIOGRAFÍA	116
ANEXOS	122

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Cooperativas de Ahorro y Crédito Segmento 1 – Zona 3.....	46
Tabla 2. Variable independiente – Balance Social.....	48
Tabla 3. Variable dependiente – Responsabilidad Social Empresarial.....	49
Tabla 4. Análisis del Alfa de Cronbach calculado para las encuestas	51
Tabla 5. Análisis del Alfa de Cronbach para la ficha de observación	52
Tabla 6. Frecuencia de encuestados según su género	54
Tabla 7. Frecuencia de encuestados según su edad.....	55
Tabla 8. Frecuencia de encuestados según su nivel de estudios	56
Tabla 9. Frecuencia de encuestados de acuerdo a su antigüedad en la institución ...	57
Tabla 10. Frecuencia de encuestados que tienen conocimientos sobre Responsabilidad Social.....	58
Tabla 11. Compilación de respuestas obtenidas y análisis en base a la idea central	59
Tabla 12. Frecuencia de encuestados que están de acuerdo con que el factor mejoramiento de la imagen empresarial es importante dentro de la RSE.....	61
Tabla 13. Frecuencia de encuestados que eligieron ayuda a la comunidad como el factor más importante dentro de la RSE	62
Tabla 14. Frecuencia de encuestados que seleccionaron disminución de impuestos como el factor más importante dentro de la RSE.....	63
Tabla 15. Frecuencia de encuestados que mencionan a la calidad de vida laboral como el factor más importante dentro de la RSE.....	64
Tabla 16. Frecuencia de encuestados que aceptaron cumplimiento de la ley como el factor más importante dentro de la RSE	65
Tabla 17. Frecuencia de encuestados que eligieron hacerse cargo de los problemas de la sociedad como el factor más importante dentro de la RSE.....	66
Tabla 18. Frecuencia de encuestados que optaron por cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive como el factor más importante dentro de la RSE	67
Tabla 19. Frecuencia de encuestados que opinan que otro factor es más importante dentro de la RSE.....	68
Tabla 20. Frecuencia de encuestados que consideran que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder comunidad.....	69
Tabla 21. Frecuencia de encuestados que consideran que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder directivos.....	70
Tabla 22. Frecuencia de encuestados que opinan que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder socios - inversionistas	71
Tabla 23. Frecuencia de encuestados que están de acuerdo que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder medio ambiente	72
Tabla 24. Frecuencia de encuestados que aceptan que gobierno sea el stakeholder principal en que debe enfocarse la RSE.....	73

Tabla 25. Frecuencia de encuestados que eligen empleados como el stakeholder principal en que debe enfocarse la RSE.....	74
Tabla 26. Frecuencia de encuestados que están de acuerdo que la RSE debe enfocarse principalmente en otro stakeholder	75
Tabla 27. Frecuencia de encuestados que opinan que el hecho de no dañar la naturaleza, no contaminar es una actividad principal para ser socialmente responsables	76
Tabla 28. Frecuencia de encuestados que opinan que el hecho de realizar proyectos de ayuda comunitaria es una actividad principal para ser socialmente responsables	77
Tabla 29. Frecuencia de encuestados que consideran al hecho de generar mayores utilidades como una actividad importante para ser socialmente responsables	78
Tabla 30. Frecuencia de encuestados que califican como una actividad importante para ser socialmente responsables a impartir programas de capacitación y motivación continua al personal.....	79
Tabla 31. Frecuencia de encuestados que consideran que preocuparse más por sí mismo que por la sociedad es una actividad importante para ser socialmente responsables	80
Tabla 32. Frecuencia de encuestados que opinan que el hecho de brindar equidad de género en todos los niveles de la organización es una actividad importante para ser socialmente responsables	81
Tabla 33. Frecuencia de encuestados que califican como una actividad importante para ser socialmente responsables al hecho de atropellar los derechos de los socios - inversionistas.....	82
Tabla 34. Frecuencia de encuestados que están de acuerdo con que el hecho de comprometerse con la sociedad (inversión de excedentes) sea una actividad importante para ser socialmente responsables.....	83
Tabla 35. Frecuencia de encuestados que eligen otra como una actividad importante para ser socialmente responsables.....	84
Tabla 36. Frecuencia de encuestados que señalan al buen producto, servicio, atención; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	85
Tabla 37. Frecuencia de encuestados que señalan al trato de los empleados; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	86
Tabla 38. Frecuencia de encuestados que señalan a los medios de comunicación; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable	87
Tabla 39. Frecuencia de encuestados que afirman que la satisfacción de los clientes; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable	88
Tabla 40. Frecuencia de encuestados que señalan el aporte a la comunidad - prestigio; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	89

Tabla 41. Frecuencia de encuestados que ven a la cantidad de socios - inversionistas; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	90
Tabla 42. Frecuencia de encuestados que señalan a cumplen lo que prometen; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable	91
Tabla 43. Frecuencia de encuestados que eligen cumplimiento de la normativa vigente; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	92
Tabla 44. Frecuencia de encuestados que dicen que el posicionamiento en el mercado; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable	93
Tabla 45. Frecuencia de encuestados que eligen no dañar al medio ambiente; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	94
Tabla 46. Frecuencia de encuestados que opinan que la gente no se da cuenta de si una institución es socialmente responsable o no.....	95
Tabla 47. Frecuencia de encuestados que señalan a otro; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	96
Tabla 48. Frecuencia de encuestados de acuerdo a como calificaron el cumplimiento de la RSE.....	97
Tabla 49. Frecuencia de encuestados de acuerdo a si consideran que las operaciones son irresponsables o no	98
Tabla 50. Frecuencia de encuestados conforme a su conocimiento sobre certificaciones en RSE	99
Tabla 51. Frecuencia de encuestados de acuerdo a la importancia que le dan a obtener certificaciones en RSE	100
Tabla 52. Frecuencia de encuestados que consideran que las cooperativas deben publicar sus acciones socialmente responsables a la sociedad.....	101
Tabla 53. Frecuencia de encuestados que afirman que la cooperativa elabora informes de RSE con una metodología específica, reportando impactos positivos y negativos en la triple cuenta de resultados	102
Tabla 54. Ficha de observación aplicada al Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3.....	103
Tabla 55. Correlaciones de Pearson	107
Tabla 56. Niveles de Correlaciones de Pearson	108
Tabla 57. Escala de calificación del Coeficiente de Correlación de Pearson	109
Tabla 58. Modelo Operativo	115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1. Árbol de Problemas.....	6
Gráfico 2. Red de categorías conceptuales.....	15
Gráfico 3. Red de categorías conceptuales Variable Independiente	16
Gráfico 4. Red de categorías conceptuales Variable Dependiente.....	17
Gráfico 5. Conjunción de los principios ACI, LOEPS y BUEN VIVIR	27
Gráfico 6. Macrodimensiones (7) y dimensiones (24) del Balance Social propuesto por la SEPS	28
Gráfico 7. Materias Fundamentales de la Responsabilidad Social	38
Gráfico 8. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a su género	54
Gráfico 9. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a su edad	55
Gráfico 10. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a su nivel de estudios	56
Gráfico 11. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a su antigüedad en la institución.....	57
Gráfico 12. Porcentaje de encuestados que tienen conocimientos sobre Responsabilidad Social	58
Gráfico 13. Porcentaje de encuestados que están de acuerdo con que el factor mejoramiento de la imagen empresarial es importante dentro de la RSE.....	61
Gráfico 14. Porcentaje de encuestados que eligieron ayuda a la comunidad como el factor más importante dentro de la RSE	62
Gráfico 15. Porcentaje de encuestados que seleccionaron disminución de impuestos como el factor más importante dentro de la RSE.....	63
Gráfico 16. Porcentaje de encuestados que mencionan a la calidad de vida laboral como el factor más importante dentro de la RSE.....	64
Gráfico 17. Porcentaje de encuestados que aceptaron cumplimiento de la ley como el factor más importante dentro de la RSE	65
Gráfico 18. Porcentaje de encuestados que eligieron hacerse cargo de los problemas de la sociedad como el factor más importante dentro de la RSE.....	66
Gráfico 19. Porcentaje de encuestados que optaron por cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive como el factor más importante dentro de la RSE	67
Gráfico 20. Porcentaje de encuestados que opinan que otro factor es más importante dentro de la RSE.....	68
Gráfico 21. Porcentaje de encuestados que consideran que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder comunidad.....	69
Gráfico 22. Porcentaje de encuestados que consideran que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder directivos	70
Gráfico 23. Porcentaje de encuestados que opinan que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder socios - inversionistas	71

Gráfico 24. Porcentaje de encuestados que están de acuerdo que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder medio ambiente.....	72
Gráfico 25. Porcentaje de encuestados que aceptan que gobierno sea el stakeholder principal en que debe enfocarse la RSE.....	73
Gráfico 26. Porcentaje de encuestados que eligen empleados como el stakeholder principal en que debe enfocarse la RSE.....	74
Gráfico 27. Porcentaje de encuestados que están de acuerdo que la RSE debe enfocarse principalmente en otro stakeholder.....	75
Gráfico 28. Porcentaje de encuestados que opinan que el hecho de no dañar la naturaleza, no contaminar es una actividad principal para ser socialmente responsables	76
Gráfico 29. Porcentaje de encuestados que opinan que el hecho de realizar proyectos de ayuda comunitaria es una actividad principal para ser socialmente responsables	77
Gráfico 30. Porcentaje de encuestados que consideran al hecho de generar mayores utilidades como una actividad importante para ser socialmente responsables	78
Gráfico 31. Porcentaje de encuestados que califican como una actividad importante para ser socialmente responsables a impartir programas de capacitación y motivación continua al personal.....	79
Gráfico 32. Porcentaje de encuestados que consideran que preocuparse más por sí mismo que por la sociedad es una actividad importante para ser socialmente responsables	80
Gráfico 33. Porcentaje de encuestados que opinan que el hecho de brindar equidad de género en todos los niveles de la organización es una actividad importante para ser socialmente responsables	81
Gráfico 34. Porcentaje de encuestados que califican como una actividad importante para ser socialmente responsables al hecho de atropellar los derechos de los socios - inversionistas.....	82
Gráfico 35. Porcentaje de encuestados que están de acuerdo con que el hecho de comprometerse con la sociedad (inversión de excedentes) sea una actividad importante para ser socialmente responsables.....	83
Gráfico 36. Porcentaje de encuestados que eligen otra como una actividad importante para ser socialmente responsables.....	84
Gráfico 37. Porcentaje de encuestados que señalan al buen producto, servicio, atención; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	85
Gráfico 38. Porcentaje de encuestados que señalan al trato de los empleados; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	86
Gráfico 39. Porcentaje de encuestados que señalan a los medios de comunicación; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	87

Gráfico 40. Porcentaje de encuestados que afirman que la satisfacción de los clientes; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable	88
Gráfico 41. Porcentaje de encuestados que señalan el aporte a la comunidad - prestigio; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	89
Gráfico 42. Porcentaje de encuestados que ven a la cantidad de socios - inversionistas; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	90
Gráfico 43. Porcentaje de encuestados que señalan a cumplen lo que prometen; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable	91
Gráfico 44. Porcentaje de encuestados que eligen cumplimiento de la normativa vigente; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	92
Gráfico 45. Porcentaje de encuestados que dicen que el posicionamiento en el mercado; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	93
Gráfico 46. Porcentaje de encuestados que eligen no dañar al medio ambiente; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable	94
Gráfico 47. Porcentaje de encuestados que opinan que la gente no se da cuenta de si una institución es socialmente responsable o no.....	95
Gráfico 48. Porcentaje de encuestados que señalan a otro; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.....	96
Gráfico 49. Porcentaje de encuestados de acuerdo a como calificaron el cumplimiento de la RSE.....	97
Gráfico 50. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo de acuerdo a si consideran que las operaciones son irresponsables o no.....	98
Gráfico 51. Porcentaje de encuestados conforme a su conocimiento sobre certificaciones en RSE	99
Gráfico 52. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a la importancia que le dan a obtener certificaciones en RSE.....	100
Gráfico 53. Porcentaje de encuestados que consideran que las cooperativas deben publicar sus acciones socialmente responsables a la sociedad.....	101
Gráfico 54. Porcentaje de encuestados que afirman que la cooperativa elabora informes de RSE con una metodología específica, reportando impactos positivos y negativos en la triple cuenta de resultados.....	102
Gráfico 55. Calificación por COAC de la forma de presentación y elaboración del Balance Social.....	105

INTRODUCCIÓN

La presente investigación consta de cuatro capítulos; y, se desarrolló en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3. Su finalidad es determinar la relación existente entre la idoneidad en la elaboración y presentación del Balance Social y el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

A continuación, se describe la forma en que fue elaborada:

El **Capítulo I**; denominado, ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN, incluye: la descripción y contextualización de la problemática en estudio en los niveles macro, meso y micro; la relación causa-efecto del problema, la formulación y análisis crítico del mismo; así como, la justificación para realizar la investigación y los objetivos, tanto general como específicos.

El **Capítulo II**; denominado, MARCO TEÓRICO, se centra en analizar los antecedentes investigativos, la fundamentación científico-técnica, la conceptualización de las variables; tanto dependiente (RSE), como independiente (BS), el planteamiento de las preguntas directrices y de la hipótesis.

El **Capítulo III**; denominado, METODOLOGÍA, presenta la modalidad, enfoque y nivel de la investigación, se indica la población, muestra y unidad de investigación, además se presenta la operacionalización de las variables, el tratamiento detallado de la información recolectada y la validez y confiabilidad de los cuestionarios aplicados.

El **Capítulo IV**; denominado, RESULTADOS, analiza los resultados obtenidos de la investigación y en base a estos la verificación de la hipótesis, también se incluye las limitaciones del estudio, y las conclusiones y recomendaciones sobre el tema en estudio.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

a. Descripción y formulación del problema

a.1. Descripción y contextualización

Macrocontextualización

El término Responsabilidad Social surge entre los años cincuenta y sesenta en EEUU, cuando los ciudadanos comprendieron que su trabajo, influye en el desarrollo de otros sectores. Para los años ochenta, la sociedad se hace a la idea de que la búsqueda del bienestar y la calidad de vida no es únicamente responsabilidad del Estado; sino, de todas las instituciones tanto públicas como privadas. A partir de ese momento, este concepto sigue cobrando más auge, tanto que hoy el ser una empresa socialmente responsable es una obligación moral y un fin profesional. (Fernández - García, 2009)

Navarro (2011), menciona que hace unos veinte años no se consideraba tan importante como hoy el cuidado del medio ambiente. Hablar en sí de Responsabilidad Social Empresarial, hace una década era para muchos solo un conjunto de ideas abstractas, que en el pensar empresarial no tenían una aplicación práctica, ni era rentable. Pero actualmente estas actividades se ven como indispensables para la continuidad y desarrollo de los negocios. Por ello hoy, la mayoría de empresas no solo que conocen en que consiste la Responsabilidad Social Empresarial, sino que además desempeñan una serie de actividades en favor de sus stakeholders, pues saben que los clientes prefieren a este tipo de empresas.

Debido a esto se ha visto la necesidad de crear un marco legal para institucionalizar la responsabilidad social, en este proceso y a fin de proporcionar las directrices y pautas para desarrollar actividades de responsabilidad social empresarial, han participado organismos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización de Naciones Unidas (ONU), las mismas que han expedido declaraciones y pactos. (Fernández - García, 2009)

Claro, el desarrollo de empresas socialmente responsables también acarreo la necesidad de crear instrumentos que permitan medir, evaluar e informar a los stakeholders sobre las actividades que se realizan. Al proceso de divulgar la información social se le denominó Balance Social. (Belhouari, Buendía, Lapointe, & Tremblay, 2005)

Pero ¿por qué elaborar el Balance Social?, de acuerdo con Ribas (2001), porque la contabilidad tradicional no es capaz de recoger y expresar con claridad las actividades de tipo social desarrolladas por la empresa. Esto impide tener una imagen fiel de la empresa; sin embargo, elaborar el Balance Social presenta ciertas dificultades en su implementación, como la de poner valores monetarios a las actividades y acciones sociales.

Mesocontextualización

En estos últimos años; como era de esperarse, el tema de Responsabilidad Social Empresarial ha tomado su lugar también en Ecuador, varias organizaciones lo han visto como un modelo de gestión empresarial que les permite por un lado apoyar al desarrollo sostenible del país y por otro cumplir con su responsabilidad social ante sus empleados, clientes, inversionistas y la sociedad. (Pesendorfer, 2015)

Como consecuencia han surgido varias organizaciones que intentan crear conciencia en llevar a cabo acciones de Responsabilidad Social Empresarial, aunque su intervención ha sido muy favorable, no se ha podido “*crear una cultura de RSE*”; es decir, no se ha logrado que estas actividades sean algo propio, innato de las empresas. En nuestro país sigue siendo una moda alcanzable solo para las grandes empresas, pues se cree que las pymes no tienen suficientes recursos, pero nada más lejos de la realidad, el verdadero problema es el desconocimiento sobre Responsabilidad Social Empresarial y la falta de apoyo del gobierno con proyectos y estrategias que les sean adaptables. (Pesendorfer, 2015)

Pero la Responsabilidad Social Empresarial está ganando importancia, y no podía ser de otra manera pues de acuerdo a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria existen 3932 cooperativas de las cuales 1.045 son financieras (COAC) y 2.885 no

financieras. Además tienen más 4,6 millones de socios y se estima que a diciembre de 2012 los activos de las cooperativas de ahorro y crédito ascendieron a cerca de \$5.795,8 millones, lo que representa el 93% del total de activos del sector cooperativo. Y en sí un aporte considerable a la economía del país. ((s.f.), 2013)

Sin embargo, es alarmante ver que la mayoría de ecuatorianos ni siquiera tiene una idea clara de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial, muchos aparentan saber de la materia (eruditos) pero eso solo es por estar a la moda más que por convicción. Como consecuencia las empresas que practican la Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador son realmente pocas. (Quezada, 2012)

Esto, a pesar de que en el año 2009 ya se llevó a cabo en Quito la V Convención Internacional sobre el Cooperativismo, Gestión y Balance Social. En esta se trató justamente sobre las grandes lagunas en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. Se expuso acerca de las experiencias de varios países en lo referente a los modelos de gestión social demostrando así que es posible contribuir al desarrollo sostenible y al mejoramiento de la calidad de vida de la población. (Relatoria de la V convención internacional de cooperativismo, gestión y balance social, 2009)

Si bien, la Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario (2011) establece en la disposición general SEGUNDA: que las cooperativas deben presentar juntos con “*sus informes de gestión el Balance Social*” para poder verificar el “*cumplimiento de los Principios Cooperativos y de sus objetivos sociales*”; es decir, de sus actividades en Responsabilidad Social Empresarial. Esto ha resultado ser un reto para las Cooperativas de Ahorro y Crédito, que no cuentan con la suficiente capacitación en este ámbito.

Microcontextualización

Como indica Viteri-Moya (2010), la problemática en estudio se presenta porque:

“Las empresas ecuatorianas se encuentran en una etapa de transición, en el rol que desempeñan dentro de la sociedad, al pasar de prácticas de ayuda social como beneficencia, a la RSE, que nace en los principios y valores organizacionales, enmarcados en una misión y visión, articulando estrategias para mejorar la situación del entorno y hacer que estas acciones perduren en el tiempo; así, en 1998 la Fundación Esquel Ecuador, pionera

en la promoción de la RS, junto a otras organizaciones del País y el Synergos Institute de Estados Unidos, dan los primeros pasos en la creación del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ceres), y en el año 2005 se constituye esta ONG, como miembro de la Red Continental de Forum Empresa.

Según un estudio desarrollado por Ceres, 8 de cada 10 ecuatorianos desconocen qué es la RSC. En este mismo estudio en Quito, se asocia la RSC con acciones y compromisos de las empresas con el medio ambiente o el entorno comunitario y en Guayaquil con programas de ayuda a damnificados. La ONG británica Accountability, según el estudio “Estado de la Competitividad Responsable”, ubica al Ecuador en la posición 79, en un ranking de 108 países. En la cultura ecuatoriana se confunde el concepto de RSC como filantropía asociada al paternalismo y asistencialismo e identificado como una acción exclusiva de gente adinerada y, en el caso de las empresas, como una acción de marketing.”

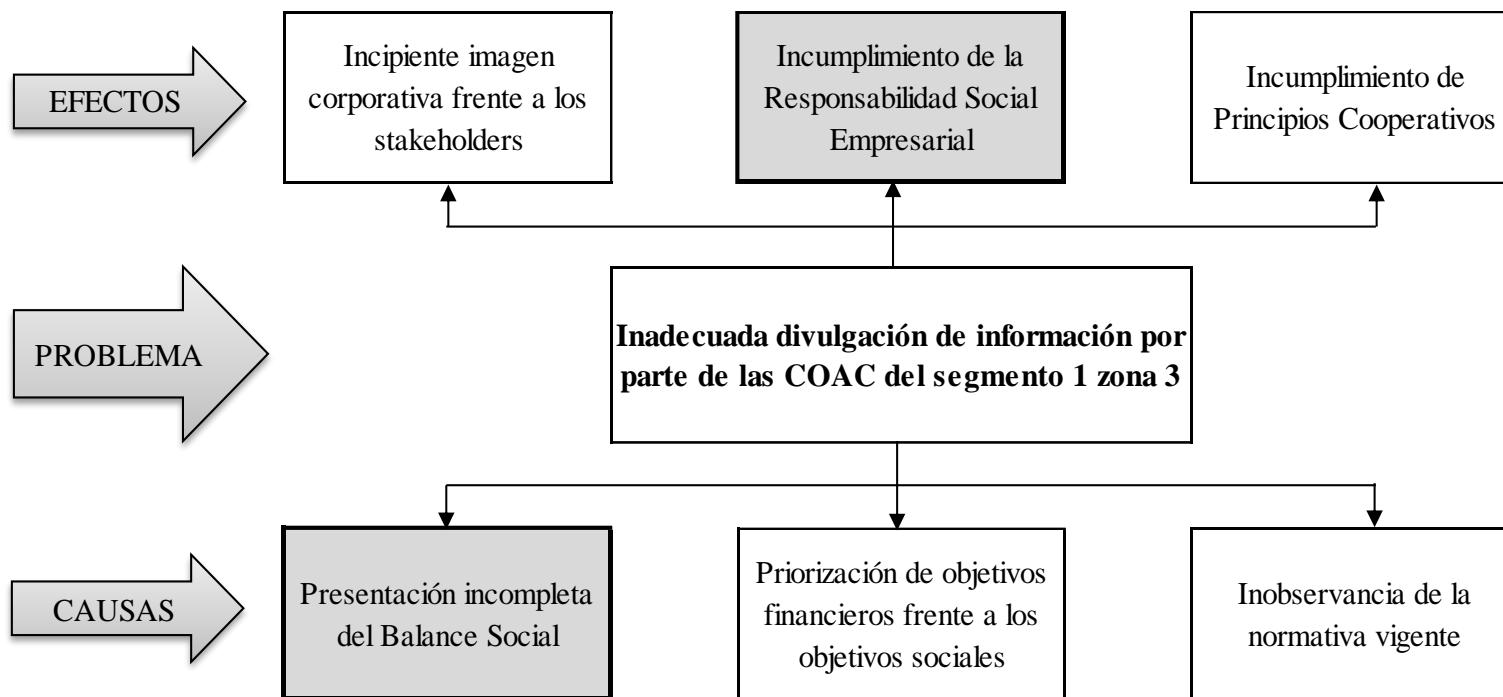
De hecho, la Constitución que rige nuestro país es la que establece la base legal para la Responsabilidad Social; en especial, los Títulos VI y VII, Régimen de Desarrollo y Régimen del Buen Vivir. Estos artículos refieren al ámbito de la educación; y, resaltan que la misma debe enfocarse en el respeto a la biodiversidad, los recursos naturales y el cuidado del suelo, el agua y la biosfera. Recalca la importancia de formar profesionales con pensamiento crítico y conciencia social, que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del Buen Vivir o Sumak Kawsay. (Viteri-Moya, 2010)

Y justamente para el cumplimiento de estos objetivos se implementó la Ley de Economía Popular y Solidaria, esto provocó que las Cooperativas de Ahorro y Crédito se vieran en el dilema de cómo presentar el Balance Social, problema que afectó inclusive a las Cooperativas más grandes, las del Segmento 1 que tienen activos superiores a 80'000.000,00. En este segmento encontramos 24 cooperativas, de las cuales 7 se encuentran en la zona 3, nuestro campo de estudio.

Estas deben presentar junto con sus informes de gestión el Balance Social, para informar sobre sus actividades en Responsabilidad Social Empresarial, esto no ha sido fácil ya que no se cuenta con el personal adecuado en esta temática, y además cuando esta ley entró en vigencia en el 2012 no existía una definición clara de la forma en que debía realizarse, a fin de que permita la comparabilidad y la correcta comprensión por parte de los stakeholders.

a.2. Formulación y análisis crítico

Gráfico 1. Árbol de Problemas



Elaborado por: Buenaño, A. (2017)

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Ecuador, están controladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, la cual determina que junto con los:

“informes de gestión se deberá presentar el Balance Social que acreditará el nivel de cumplimiento de los Principios Cooperativos, de los objetivos sociales, en cuanto a la preservación de su identidad, su incidencia en el desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultural”.
(Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario, 2011)

Esto ha resultado ser un problema para las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3, que han divulgado información inadecuada en su Balance Social por el desconocimiento del mismo; y, como consecuencia, las Cooperativas cuentan con una incipiente imagen corporativa frente a los stakeholders.

Adicionalmente, las Cooperativas de Ahorro y Crédito han priorizado los objetivos financieros frente a los objetivos sociales. Esto ha contribuido al incumpliendo de la Responsabilidad Social Empresarial; un tema vital dentro de toda entidad, especialmente de las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Es evidente, que las Cooperativa de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3 no están rigiéndose por la normativa vigente aplicable; pues, por mencionar tan solo un caso, están incumpliendo con los Principios Cooperativos.

Por ello, ¿cómo incide la presentación del Balance Social en la Responsabilidad Social Empresarial de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1–Zona 3?

b. Justificación

Sin duda, la Responsabilidad Social Empresarial es un tema complejo y controvertido, pero a la vez muy apasionante, pues implica un proceso de mejora continua. En su camino; sin embargo, presenta barreras y desafíos. (González, 2015, págs. 4-5) Por ejemplo, las cúpulas directivas y la sociedad en general apenas empiezan a concientizarse en ser socialmente responsables; de hecho, hay muchos que aún lo ven simplemente como un tema publicitario y no como una práctica cultural efectiva. (Purtschert, 2015)

Pero hoy; el ser socialmente responsable, ese equilibrio entre la búsqueda de réditos económicos y la satisfacción de necesidades sociales y ambientales, es un tema muy relevante dentro de la entidad, pues contribuye a su subsistencia y crecimiento. (Correa - Jaramillo, 2007) Por otro lado, también es necesario informar a los stakeholders sobre las actividades en Responsabilidad Social Empresarial, para ello se requiere de instrumentos que permitan además medir y evaluar la calidad de las actividades desarrolladas; y para, divulgar esta información contamos con el Balance Social. (Belhouari, Buendía, Lapointe, & Tremblay, 2005)

De ahí nace el interés en realizar la presente investigación, para demostrar la importancia de aplicar acciones de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa. Analizar las estrategias y procedimientos más adecuados para lograrlo; así mismo, identificar los posibles retos y dificultades a los que se enfrentan las organizaciones en su búsqueda de convertirse en empresas socialmente responsables. También se pretende determinar las posibles ventajas tanto para los miembros de la organización, sean accionistas, empleados, proveedores, clientes o para la sociedad en general de desarrollar actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

Como ya indicamos anteriormente la Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario (2011), pide que se incorpore a los “*informes de gestión, el Balance Social*”, un instrumento ideal para medir y valorar de manera clara y precisa los resultados de aplicar la Responsabilidad Social en una determinada empresa. Por eso, mediante un estudio adecuado conoceremos sobre su alcance, propósito y finalidad. Estudiaremos como esta herramienta puede ayudar a las Cooperativas de Ahorro y Crédito no solo a evaluar, planear y controlar la redistribución de recursos, sino también al establecimiento de políticas, la concertación y la información. (Alfonso, Rivera, & Labrador, 2008)

Con base en lo ya expuesto, diremos que: esta investigación se justifica, porque permitirá al investigador adquirir sólidos conocimientos sobre la empresa; además, la temática que se investiga es actual y le será de gran utilidad a las Cooperativas en general, incluso le será de gran utilidad al propio investigador ya que acrecentará sus conocimientos.

Por otro lado, se procederá con la investigación porque es factible obtener la información requerida por el investigador sin trabas ni complicaciones. Adicionalmente, la investigación será de gran utilidad ya que este es un tema de actualidad en las Cooperativas de Ahorro y Crédito que buscan estar al día en el cumplimiento de sus obligaciones.

En este tiempo, las cooperativas de ahorro y crédito tienen problemas por la aplicación de la nueva Ley de Economía Popular y Solidaria, lo cual ocasiona un incumplimiento de la misma, ese es el caso de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3 específicamente en cuanto a la presentación del Balance Social, por ese motivo esta investigación no solo que es conveniente sino también relevante.

Por último mencionaremos que la presente investigación se justifica por su utilidad, dada la preocupación existente en el entorno cooperativista y de la sociedad en general por mejorar el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

c. Objetivos

c.1. Objetivo general

Analizar la forma de elaboración y presentación del Balance Social; respecto a sus actividades en Responsabilidad Social Empresarial, en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3, para la determinación de su idoneidad.

c.2. Objetivos específicos

Calificar el Balance Social que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3 presentan, para la identificación de la calidad de información proporcionada sobre sus actividades socialmente responsables.

Indagar sobre las acciones en Responsabilidad Social Empresarial que realizan las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3, para hacernos una idea sobre si se busca el bienestar de los stakeholders o no.

Proponer la utilización del Modelo de Balance Social propuesto por la SEPS, para que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3, divulguen de forma idónea su información sobre el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

Definir un modelo operativo con las principales falencias encontradas en la presentación del Balance Social, para que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3, puedan corregirlas y sea posible el mejoramiento de su Responsabilidad Social Empresarial.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

a. Antecedentes investigativos

En el trabajo de graduación de Toapanta (2014) denominado *“Los Principios del Cooperativismo y el Balance Social...”*, la autora se planteó como objetivo general: *“Establecer la incidencia de los Principios del Cooperativismo en el Balance Social... para la determinación del cumplimiento de su responsabilidad social”*. Este trabajo se desarrolló mediante investigación de campo; misma que se realizó aplicando encuestas, entrevistas y recurriendo a la observación de documentos administrativos. Con los datos recogidos se verificó la hipótesis, misma que le permitió a la autora llegar a las siguientes conclusiones:

- a) *“...la Cooperativa aplica parcialmente los Principios del Cooperativismo, y aún con los que cumple se denota una ineficiente difusión...”*
- b) *“...no aplica un Balance social que contribuya al desarrollo social, ambiental, educativo, comunitario, y cultural, mismo que le permita calificar y cuantificar su desempeño en el ámbito social, lo que a su vez, afecta a la convivencia entre la Cooperativa y la comunidad”*.

Por otro lado, Pérez (2014) en su trabajo investigativo denominado *“La Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en la imagen corporativa...”*, se planteó como objetivo general: *“Determinar el impacto de la responsabilidad social empresarial en la imagen corporativa...”*. Para este trabajo utilizó la investigación de campo, que fue aplicada a 16 colaboradores de Carrocerías Varma. Los datos recogidos evidenciaron algunos resultados importantes, que permitieron verificar la hipótesis y llegar a las siguientes conclusiones:

- a) *“La empresa actúa en acciones de responsabilidad social; pero las actividades sociales se enmarcan tan solo en dos aspectos que son el medio ambiente y la comunidad. Dejando de lado lo ético, legal y económico”*
- b) *“No existe un modelo de balance social donde puedan analizar e interpretar indicadores económicos, legales, éticos, ambientales y filantrópicos. Para luego brindar conclusiones y soluciones”*.

Cajas (2016), también analiza las variables en estudio en su trabajo de investigación *“Balance Social como herramienta de gestión para determinar la Responsabilidad Social Corporativa...”*, él se planteó como objetivo general: *“Analizar el Balance Social como herramienta de gestión en la determinación de la Responsabilidad Social Corporativa...”*. El trabajo se desarrolló mediante investigación de campo; se barrieron 400 encuestas a los socios y se recurrió a la observación para determinar el nivel de cumplimiento de la Responsabilidad Social. Mediante la verificación de la hipótesis el autor llegó a las siguientes conclusiones:

a) *“En el ámbito social, ... el clima laboral... fue adecuado”* además *“se observó un incremento en los montos destinados para los programas de salud preventiva y prepagada, seguros, reembolsos por servicios médicos y programas de seguro exequial; ... y se corroboró que no existe discriminación de género, raza, religión”*

b) *“En el ámbito ambiental, relacionado con el compromiso social, solidario, comunitario y ambiental; se verificó... que disminuyeron... los montos correspondientes a apoyos y donaciones destinados a actividades socio culturales y eventos deportivos; así mismo se observó que hubo un incremento en los montos destinados a Fundaciones y ONG’s”*.

Ciro-Ríos (2011) menciona que el objetivo de su trabajo *“Responsabilidad social empresarial: implicaciones filosóficas”* es demostrar que *“las acciones empresariales”* son *“susceptibles de calificarse o valorarse como socialmente responsables”*. También se evidencia a *“la gestión empresarial”* como *“el centro de las preocupaciones de la sociedad”* y se analiza el hecho de si debe o no el Estado regular las acciones de tipo social y ambiental en las empresas. Además, centra su trabajo en la necesidad de que las empresas no centren sus esfuerzos únicamente en la consecución de sus objetivos económicos, sino también en sus objetivos de tipo ambiental y social. En base en su análisis concluyó que la Responsabilidad Social es un tema que debería *“integrarse a las empresas de manera voluntaria”* y convertirse en un *“pensamiento corporativo”*; es decir que, *“las acciones empresariales”* deben indicar una clara preocupación por el futuro de la sociedad, así la empresa será considerada *“un actor social”* que busca cuidar *“de los bienes públicos”*.

Cea-Moure (2009-2010), centra su investigación en las *“prácticas informativas”* de las entidades bancarias de la Unión Europea, sobre su Responsabilidad Social Corporativa. Y su finalidad es indagar sobre *“un modelo normalizado de Informe de*

RSC” mismo que *“facilite la comparación del desempeño social corporativo”*; así como, definir la forma en que *“entienden la RSC las empresas bancarias y cómo comunican públicamente sus impactos”*. Su estudio le permitió concluir que:

- a. La empresa no debe perseguir únicamente *“objetivos financieros”*; más bien, debe alcanzar *“objetivos social y éticos”* orientados al bienestar de sus stakeholders.
- b. Si bien, la RSC *“se refiere a acciones de carácter voluntario que realizan las empresas”*, es notable el interés de la sociedad en general respecto al desarrollo de actividades socialmente responsables.
- c. Existe *“una correlación positiva”* entre el *“desempeño social”* y el *“desempeño financiero”*.
- d. Aunque es necesario que la empresa *“revele los resultados de su RSC”*, el hecho de que aún no se haya creado un *“Informe normalizado supone una dificultad para difundir esta información y para comparar”* la misma, con las actividades en materia de Responsabilidad Social de otras empresas.

Ribas-Bonet (2001), en su artículo *“El balance social como instrumento para la evaluación de la acción social en las entidades no lucrativas”*, analiza la conveniencia de elaborar el Balance Social, se enfoca en el hecho de que estas entidades son de *“carácter social”*; y como tales, disfrutan de ciertos *“beneficios de tipo fiscal y económico”*; sin embargo, el problema radica en que la *“contabilidad tradicional”* no logra evaluar las actividades de Responsabilidad Social Empresarial, por tanto la autora concluye que sí es necesario elaborar *“un Balance Social que recoja los aspectos no cuantificables a través de los métodos ordinarios”*. Además su estudio deja claro que:

- a. Es vital controlar que el comportamiento de la entidad sea *“coherente con los objetivos sociales establecidos en el momento de su creación”*.
- b. Aunque es necesario informar sobre las actividades en favor de los stakeholders, no existe aún *“un modelo estandarizado que sirva de guía para su elaboración”*.
- c. Elaborar una *“contabilidad social”* no tiene como objetivo determinar *“lo que no se hace o lo que se hace mal”*; más bien, es un *“instrumento muy positivo”* que permite a las empresas *“planificar sus actividades, ... darse a conocer y*

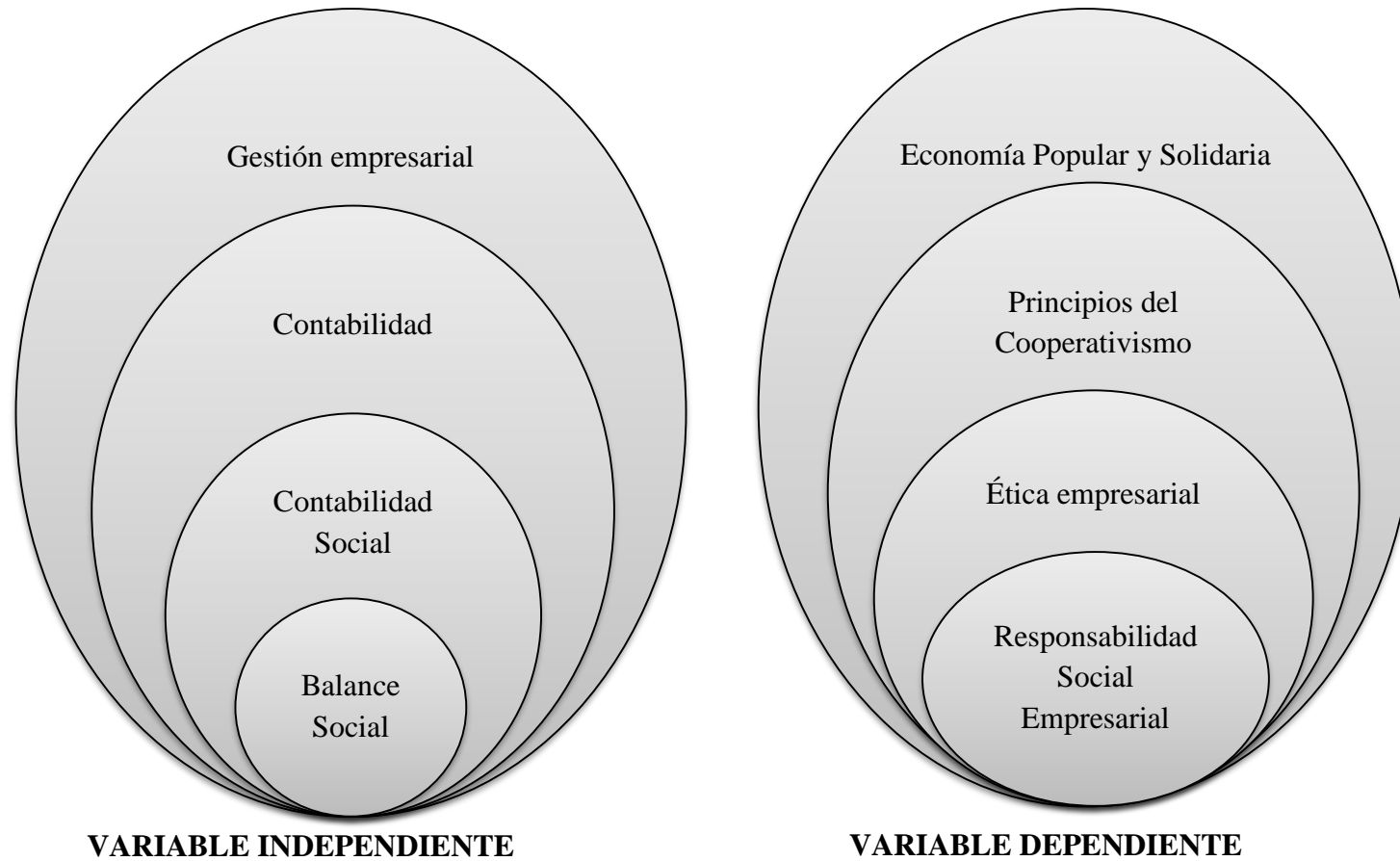
facilitar información transparente sobre sus objetivos y el grado de cumplimiento de los mismos”.

Alfonso-Alemán, Rivera-Rodríguez, & Labrador-Machín (2008) en su trabajo de investigación *“Responsabilidad y balance social en las empresas cooperativas”*, se plantearon como principal objetivo *“demostrar la necesidad de aplicar adecuadamente en las empresas cooperativas latinoamericanas el balance social”*, para ello realizaron un profundo análisis de los principios cooperativos; así como de, varios casos de cooperativas en diferentes países y una amplia cantidad de referencias bibliográficas. Su estudio les permitió demostrar que las cooperativas deben ser principalmente consideradas como una *“institución social”*; y como tales, han de preocuparse no solo de sus actividades económicas y productivas, sino también de aquellas encaminadas a cumplir con su responsabilidad social. Además, lograron definir en base a la información recopilada que el Balance Social es un:

“instrumento que no sólo contribuye a fundamentar la proyección social de las cooperativas y evaluar los resultados, sino que por otra parte eleva el sentido de pertenencia de los asociados al incrementar su participación en los procesos de administración de sus recursos propios”.

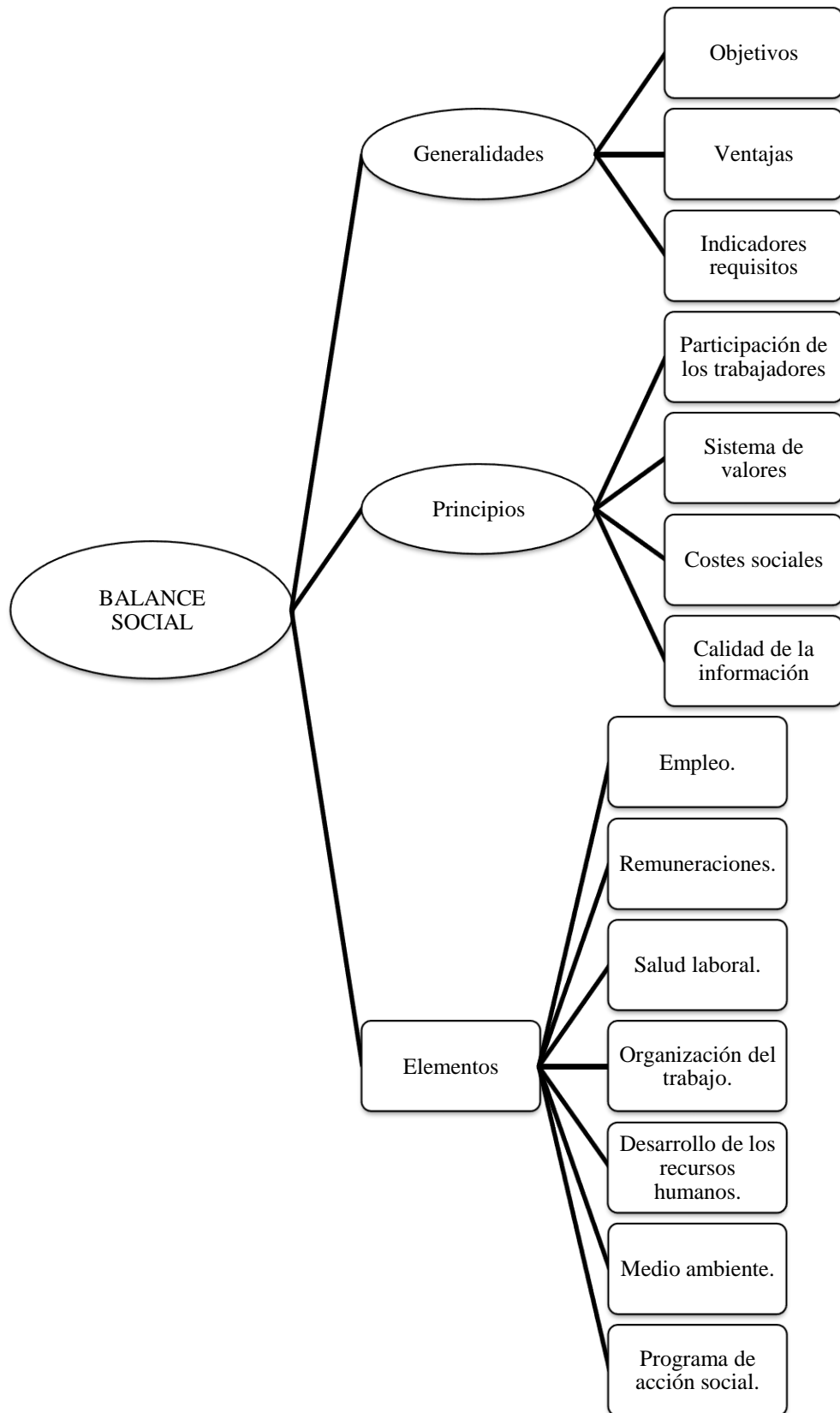
b. Fundamentación científico – técnica

Gráfico 2. Red de categorías conceptuales



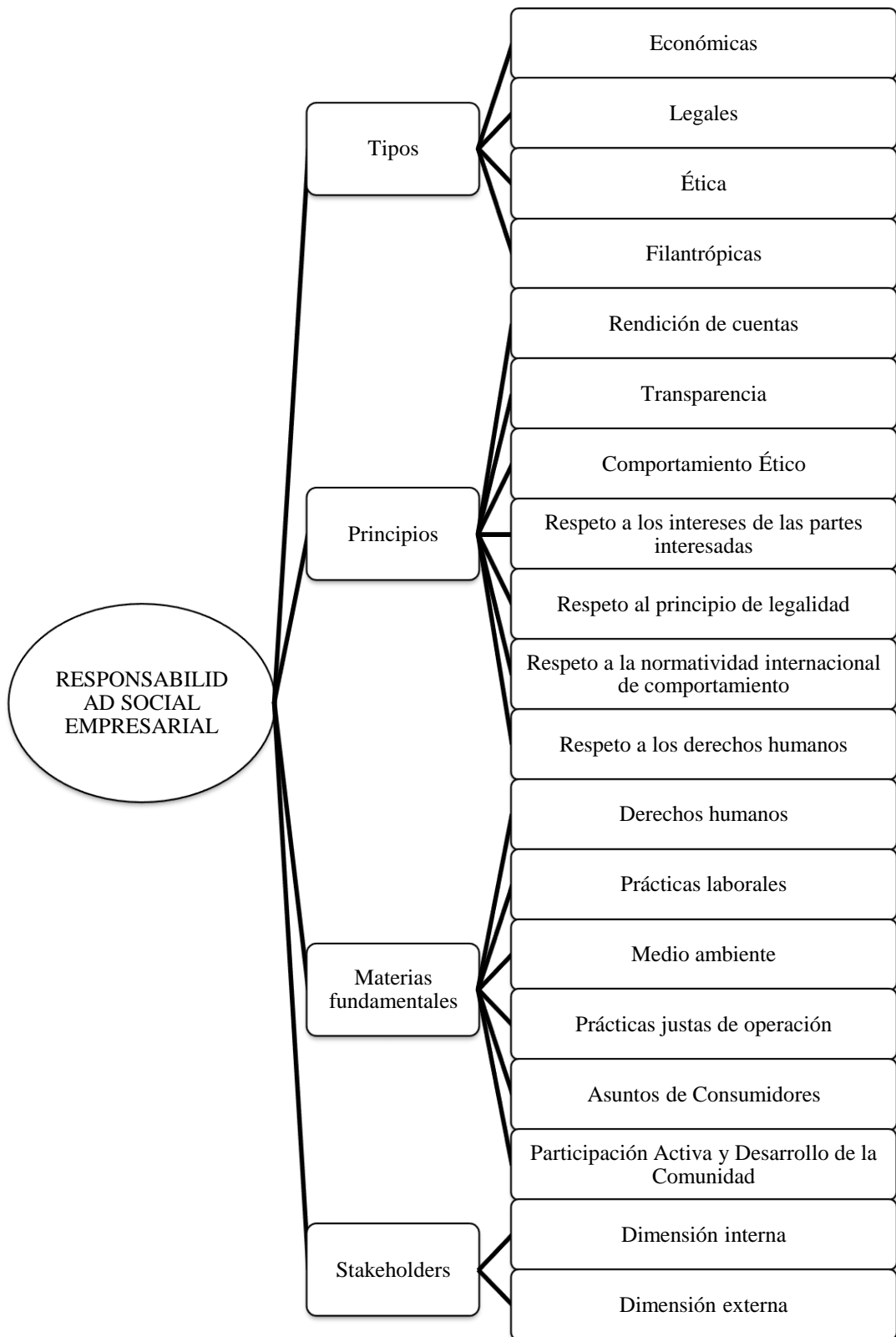
Elaborado por: Buenaño, A. (2016)

Gráfico 3. Red de categorías conceptuales Variable Independiente



Elaborado por: Buenaño, A. (2016)

Gráfico 4. Red de categorías conceptuales Variable Dependiente



Elaborado por: Buenaño, A. (2016)

b.1. Descripción conceptual de la variable independiente: Balance Social

Gestión empresarial

Rey-Pombo (2011, págs. 5, 6), define a la gestión como la *“consecución de fines y objetivos con la vista puesta en la adaptación al medio externo y a la situación del mercado, conservando el equilibrio y manteniendo la cohesión interna”*. De lo analizado se entiende; que la gestión, es básicamente proporcionar las directrices que coadyuvaran en la consecución de los objetivos. Misma que para ser efectiva debe coordinar adecuadamente las siguientes funciones; Organización, Planificación, Programación, Información y Control, con el fin de lograr una empresa útil y efectiva. A continuación, se señala la definición que el autor da de cada una de estas funciones:

“Organización. - Que actúa como estructura; contienen los recursos humanos y los recursos materiales.

Planificación. - Es una actividad enfocada a proyectar la vida de la empresa (largo plazo).

Programación. - Es el aspecto táctico; sus objetivos son la puesta en marcha de los planes. Se materializa en la elaboración de presupuesto a corto plazo.

Información. - Va a suministrar el conocimiento de los resultados de las distintas actividades, así como el estado de diversos factores.

Control. - Conocimiento y evaluación de los resultados obtenidos en cada línea... corrección y ajuste para conseguir el mayor grado de cumplimiento de los objetivos previstos”

Considerando lo mencionado por Barreiro-Fernández, Díez de Castro, Barreiro-Fernández, Ruzo-Sanmartín, & Losada-Pérez (2003, págs. 9, 10) se entiende que *“management”*; gestión o administración, *“es un proceso que consiste en planificar, organizar, dirigir controlar y coordinar los esfuerzos de una organización, así como utilizar los demás recursos con el fin de conseguir los objetivos”*. Además, se puede notar que hay varias disciplinas que contribuyen al desarrollo de una gestión empresarial adecuada, entre ellas, la Contabilidad.

Diremos entonces que la Gestión Empresarial hace referencia al conjunto de actividades que emprenden las organizaciones para mejorar su productividad y competitividad. Es el proceso de dirigir los esfuerzos acertadamente en busca de la consecución de los objetivos de que la empresa sea económicamente viable.

Contabilidad

Misma, que en palabras de Martínez-Carrasco (2008, pág. 9) “*identifica, evalúa, registra y produce cuadros-síntesis de información*”; esto lo hace, con el objetivo de “*proporcionar una información adecuada y sistemática del acontecer económico y financiero de las empresas*”. La Contabilidad es la encargada de estudiar el “*patrimonio... empleando diversas técnicas*” de registro de los “*hechos económico-financieros*”; que serán utilizados para un “*posterior análisis y síntesis*”, en busca de información oportuna que favorezca la toma de decisiones.

Rey-Pombo (2011, págs. 4-10), apoya este criterio al indicar que la Contabilidad “*estudia el patrimonio, y las variaciones que en él se producen*”. Y añade que la finalidad de la contabilidad, es “*determinar la situación de la empresa en su comienzo, controlar las variaciones que se van produciendo a lo largo del ejercicio económico y determinar, asimismo, el resultado del período y la situación de la empresa al final del ejercicio*”.

Por ello, diremos que lo que busca la Contabilidad es medir de manera adecuada el Patrimonio, en varios aspectos: estático, dinámico, cuantitativo, cualitativo, económico y financiero. Y las empresas para lograrlo hacen uso de una amplia variedad de estados contables, que proporcionan la información requerida para la planificación y control de las actividades de la empresa. Además es importante que la información contenida en cada cuenta sea relevante, fiable, comparable y clara, pues esta información además de ser útil para los directivos y dueños de las empresas, es de gran interés para el Estado a fin de imponernos correctamente los impuestos, para los proveedores y prestamistas a fin de conocer la capacidad de pago de la empresa e inclusive es de utilidad para los trabajadores. Reflexiones extraídas luego del análisis de lo que Rey-Pombo expone (2011, págs. 4-10).

Fierro-Martínez (2011, págs. 21-24) añade que “*la contabilidad es un proceso para la elaboración de información de las empresas*”, mismo que conlleva el desarrollo de diversas actividades para lograr “*información oportuna y objetiva sobre la razonabilidad de las operaciones*”. De ahí que se concluya que la contabilidad se refiere a “*recolectar, identificar, medir, clasificar, codificar, acumular, registrar, emitir estados financieros, interpretar, analizar, evaluar e informar, y hacer el*

seguimiento al desarrollo de las operaciones de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna". Por otro lado, se puede identificar cinco grandes tipos de contabilidad: financiera, fiscal, gerencial, científica y ambiental; que parafraseando lo que el menciona se definirían como:

1. Contabilidad financiera, se elabora en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados, y pretende "*proporcionar información*" sobre la situación financiera de la empresa que sirva para la toma de decisiones. Se encarga de proporcionar información para los usuarios externos y "*tiene marcada responsabilidad social*".
2. Contabilidad fiscal, se rige por las políticas vigentes en el país, en cuanto a términos impositivos o base gravable.
3. Contabilidad gerencial, proporciona información de carácter interno, útil para que la gestión empresarial sea adecuada; por ello, como su nombre lo indica está dirigida a las altas cúpulas directivas.
4. Contabilidad científica, no se la considera una ciencia, es más bien un conocimiento netamente "*intuitivo-empírico*". Una tecnología, que relaciona "*la rutina..., la experiencia y el sello personal de quien la ejerce*". De ahí que su base sea la lógica; es decir, la matemática y la filosofía.
5. Contabilidad ambiental, hoy se reconoce la responsabilidad que tienen las empresas en cuidar y preservar la naturaleza, y también que su rentabilidad nunca debería ser el resultado de la destrucción del medio ambiente. Por eso es que las empresas están enfocadas en reinvertir parte de sus ganancias para la preservación de la ecología.

La Contabilidad entonces se puede definir como la encargada del estudio de los movimientos financieros de una empresa. El objetivo de realizar este análisis es conocer la situación de la empresa y proporcionar información oportuna para la toma de decisiones. A fin de organizar la información y facilitar su interpretación, la contabilidad emplea una amplia variedad de estados contables, tanto financieros como sociales.

Contabilidad Social

De lo mencionado por Díaz-Inchicaqui (2003); se entiende que, debido a las “*demandas informativas*” de la sociedad en general sobre el desarrollo de actividades socialmente responsables por parte de las empresas, fue necesario buscar mecanismos que permitan a la entidad mostrar los “*aspectos sociales sobre los que puede impactar su actividad como son cuestiones relativas a los empleados, la comunidad social, el medio ambiente y otras cuestiones éticas*”. A todo este transitar; el autor denomina Contabilidad Social, que luego del análisis de varios autores él define como: “*Proceso de comunicar los efectos sociales y medio ambientales de la actividad económica de las organizaciones a determinados grupos de interés en la sociedad y a la sociedad en su conjunto. Como tal, implica extender la responsabilidad de las organizaciones... más allá del papel tradicional de proporcionar estados financieros a los propietarios del capital o inversionistas... Tal extensión se basa en que las empresas tienen responsabilidades más amplias que hacer dinero para sus accionistas*”.

Continuando con la idea de Díaz-Inchicaqui (2003), parafrasearemos lo que el alude como “*Las teorías de la contabilidad social*”:

1. Paradigma funcionalista o de mercado. Se entiende que proporcionar información social es ventajoso para las empresas, pues ayuda a generar valor a las acciones. Aunque hay quienes opinan que la responsabilidad social no debería ser un aspecto obligatorio, ya que desde su punto de vista esto acarrea un uso inadecuado de los recursos económicos.
2. Paradigma interpretativo o social. Se considera que la información de tipo social es útil para los stakeholders. Y permite “*legitimar y justificar*” las actividades que desarrolla la empresa.
3. Paradigma Radical. Plantea un “*modelo de sociedad alternativo al actual*”, donde la contabilidad debe “*cambiar de una forma drástica*” y enfocarse principalmente en “*rendir cuentas de las relaciones sociales*”.

Resumiendo lo que menciona Machado (2004); podríamos decir que, la contabilidad social es una disciplina que tiene como finalidad consolidar la información

recolectada; desde las operaciones microeconómicas hasta las operaciones macroeconómicas, para poder ser una herramienta que facilite la solución de problemas sociales que se generan en el entorno de las empresas. Siguiendo su punto de vista, se resume brevemente lo que él considera como contabilidad social macro y micro:

- ❖ La contabilidad social macro es estadística disfrazada de contabilidad, resulta una información que no se ha obtenido, tampoco procesado bajo parámetros rigurosos que sean coherentes a la estructura económica, que guarden consistencia con la manera como una sumatoria de muchos agentes, dan la particularidad que desemboca en crecimiento económico.
- ❖ La contabilidad social micro se aleja de solucionar cualquier tipo de problema a las colectividades, cuando una empresa emite información del orden social refleja en sus reportes revelaciones laborales y ambientales que aunque validos no tienen impacto alguno más allá del grupo reducido de personas que tienen interés en esa empresa.

La aplicación de la Responsabilidad Social en las organizaciones, crea la necesidad de nuevos métodos de información; a esta información generada por la entidad, se le denomina Contabilidad Social. Pues refleja diversos aspectos sociales sobre los que impacta su actividad como: empleados, comunidad, medio ambiente, cuestiones éticas, entre otras. La contabilidad social será entendida entonces como el proceso de comunicar las actividades socialmente responsables que realiza la empresa en favor de sus stakeholders o grupos de interés.

Balance Social

Se lo puede definir como: *“un informe en el que se resumen todos los datos sobre la interrelación entre la empresa y los socios, trabajadores, estado, clientes, competencia, sociedad, etc”*. Esta esta información de tipo social es muy necesaria para complementar la información económica, pues solo así se logra satisfacer a los agentes del entorno en que se desenvuelve la empresa, que desean saber sobre el

cumplimiento de su responsabilidad social. Reflexiones sacadas después de analizar lo que Amat & Amat menciona. (1984, pág. 205)

Luego de analizar lo que Alfonso-Alemán, Rivera-Rodríguez, & Labrador-Machín (2008) expresan, se percibe que el balance social, es un instrumento creado para medir y valorar de manera clara y precisa los resultados de aplicar la responsabilidad social en una determinada empresa. Todo esto, con el objetivo de *“evaluar, planear y controlar la redistribución de recursos, el establecimiento de políticas, la concertación y también la información”*.

El Balance Social consiste básicamente en reunir, sistematizar y evaluar la información social en un documento de carácter público; destinado a los grupos de interés o stakeholders, en el cual se puedan cuantificar los datos, esto con el fin de determinar las fortalezas y debilidades del accionar de la empresa en el ámbito social. Es posible definir entonces al Balance Social como *“un sistema de evaluación... [de] la labor de una empresa o entidad y su repercusión en la sociedad a partir del análisis de sus aspectos sociales y éticos”* (Correa-Jaramillo, 2007, pág. 94)

El Balance Social es de gran utilidad; pues, la información que contiene sirve como apoyo tanto en el ámbito interno como externo de la empresa. Como proporciona información de carácter social, es un instrumento efectivo para evaluar la responsabilidad social empresarial. Eso es lo que se entiende luego de leer a Nevado-Peña (1999, págs. 167-172)

Por otro lado, Parra citado en Carneiro-Caneda (2004) añade:

“El Balance Social nace como la respuesta a un nuevo tipo de contabilidad que informe al empresario y al resto de la sociedad, de las condiciones del trabajo, de los accidentes y situaciones peligrosas, del absentismo, los salarios, los deseos de participación, las actividades sindicales, las actitudes de los trabajadores, los métodos empleados... en definitiva, ante la demanda de una información social sobre la empresa que se reconoce como necesaria por las mismas empresas y por la sociedad, llegando incluso a institucionalizarse mediante ley”

La Organización Internacional del Trabajo (2001) define algunos de los objetivos de elaborar el balance social, mismos que se indican a continuación:

- ✓ *“Permite 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 trabajadores y de la sociedad.*
- ✓ *Como herramienta de gestión empresarial el balance social le permite a la gerencia la planificación de acciones tendientes a aumentar la productividad y la eficiencia de sus trabajadores. Además le permite evaluar las acciones en términos de costo-beneficio.*
- ✓ *Disponer de la información que se refiere a los recuerdos humanos de la empresa y a los sectores con los cuales ella tiene relación, para poder informar adecuadamente a la opinión pública acerca de su desempeño social como empresa.*
- ✓ *Como instrumento de gestión le permite a la empresa actualizar políticas y programas relacionadas con su responsabilidad social, ya que crea instrumentos más efectivos para medir y controlar las consecuencias, los costos y los beneficios que se desprenden a sus acciones.”*

Según la Organización Internacional del Trabajo (2001), *“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”* pues se convertirá en *“una herramienta fundamental para la toma de decisiones relacionadas con la Responsabilidad Social libremente asumida”*. De hecho proporciona algunas ventajas:

- *“Brinda información detallada a la alta dirección para la toma de decisiones en las fijaciones políticas y estrategias sociales.*
- *Permite racionalizar los recursos sociales con los 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.*
- *El balance social es un instrumento que facilita la fijación de políticas de políticas sociales a nivel de la empresa y sectorial.*
- *Se constituye en un aporte valioso para las negociaciones colectivas.*
- *El balance social muestra la contribución de la empresa al desarrollo de la empresa al desarrolla humano del país”*

Gil-Fisa (1999) habla sobre los principios en que debe sustentarse la elaboración del balance social, y son los siguientes:

1. *“Participación de los trabajadores/as: el balance social no puede limitarse a la reacción positiva, pero unilateral de la dirección de la*

empresa, sino que su verdadero interés radica en el hecho de que el contenido del mismo sea sistemáticamente intercomunicado e incluso co-formulado por los diferentes ámbitos sociales de la empresa. Ahí radica también su capacidad motivadora.

2. Sistema de valores: *el balance social habría de registrar el sistema de valores culturales y sociales de la empresa bajo un patrón universal de referencia. A través de ese sistema de valores (salud, seguridad, justicia social, poder, autorrealización, etc.), enraizado en el contexto de la sociedad en el que se desenvuelve la empresa, se configura una determinada "cultura de empresa" que dicho balance trata de evaluar.*
3. Costes sociales: *El balance social debería aportar información que permitiera:*
 - ✓ *Velar porque los recursos humanos sean gestionados con la misma atención y el mismo rigor que los recursos financieros.*
 - ✓ *Prevenir la infrautilización del potencial de experiencia, conocimiento, competencia y de innovación de la empresa.*
 - ✓ *Detectar los costes sociales excesivos y, sobretudo, los costes ocultos de la empresa.*
 - ✓ *Prevenir los riesgos sociales.*
4. Garantizar la calidad de la información: *Una empresa no puede estar gestionada y dirigida si no posee un sistema de información social satisfactorio. La eficacia de un sistema de información tiende al hecho de que los datos estén reagrupados de forma racional y que el acceso a la información se efectúe con facilidad. Características que debería reunir, un balance social”*

Gil-Fisa (1999), recalca además que para la elaboración del balance social, se debe utilizar un sistema de indicadores, que permitan registrar de manera periódica los elementos integradores del balance. Hay que tener presente que un indicador es la imagen de una situación o fenómeno; es decir:

1. *“Se trata de una imagen a la que se lo supone un grado de validez suficiente del concepto representado. Así, por ejemplo, los días de trabajo perdidos por causas no justificadas no ofrece la cifra exacta de absentismo, ya que se producen otros tipos de ausencias que no quedan reflejadas en las estadísticas, sin embargo, dicha cifra puede ser considerada útil y significativa.*
2. *Está cifrada. Un indicador se desarrolla a través de algún tipo matemático de escala (ratio, intervalo, ordinal, discontinua,...).*
3. *Describe una situación o fenómeno. En el primer caso se trata de la evaluación de un nivel final, en el segundo de un movimiento o flujo. El número total de trabajadores/as en una empresa en un momento dado es un indicador de situación, mientras que el aumento o disminución de ese número es un fenómeno.*

4. *Forma parte de un sistema, es decir, aislado del contexto de la totalidad no tiene significación válida”*

Gil-Fisa (1999), por último menciona los elementos del Balance Social, mismos que pueden ser clasificados así:

- *“Empleo.*
- *Remuneraciones.*
- *Salud laboral.*
- *Organización del trabajo.*
- *Desarrollo de los recursos humanos.*
- *Medio ambiente.*
- *Programa de acción social”*

E indica que para cada uno de estos elementos es necesario aplicar un seguimiento y control a través de sus correspondientes indicadores los cuales estarán debidamente estandarizados. Esta relación es completamente abierta, debiendo ampliarse, para cada situación concreta, con aquellos otros elementos que se consideren oportunos. En cualquier caso, el sistema de indicadores debería cumplir unos requisitos mínimos, entre los que señalamos los siguientes:

1. *“Debe tratarse de un conjunto de indicadores interrelacionados de eficacia cuyo tratamiento global nos permita disponer de información suficiente para medir la eficacia del sistema y, en especial, evaluar la bondad de las correcciones que se irán introduciendo en el programa a través de su desarrollo.*
2. *Deben responder a la totalidad de medios utilizados y fines conseguidos.*
3. *Deben registrar, no solo hechos objetivos, sino también las opiniones de los individuos, cuando se considere oportuno.*
4. *Deben estar estandarizados, de forma que, pese a su heterogeneidad natural, resulten directamente integrables.*
5. *Su manejo debe implicar un sistema de ponderación relativa de los mismos, que evite la igualación indebida de los indicadores”*

Modelo de Balance Social

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social - CERES (2008), menciona que existen diversos modelos para elaborar el reporte sobre las actividades socialmente responsables desarrolladas por la empresa. Entre los principales menciona:

- ✿ El Global Reporting Initiative (GRI)
- ✿ A. A. 1000
- ✿ Ibase
- ✿ CRS Europe Matrix

Ahora bien; para el caso de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, la SEPS, analizó los diferentes modelos existentes para la elaboración del Balance Social; y, teniendo en cuenta: los principios de la Cooperativa de las Américas (ACI), la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (LOEPS) y los principios del buen vivir (SUMAK KAWSAY):

Gráfico 5. Conjunción de los principios ACI, LOEPS y BUEN VIVIR

Principios ACI (7)	Principios de LOEPS (8)	Principios Buen Vivir (10)
Membresía abierta y voluntaria.	Búsqueda del Buen Vivir y del Bien Común	Unidad en la diversidad
Control democrático de los miembros.	Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales	Ser humano que desea vivir en sociedad
Participación económica de los miembros.	Comercio justo, ético y responsable	Igualdad, integración y cohesión social
Autogestión e independencia.	Equidad de género	Cumplimiento de derechos universales y la potenciación de las capacidades humanas
Educación, formación e información.	Respeto a la identidad cultural.	Relación armónica con la naturaleza
Cooperación entre cooperativas.	Autogestión	Convivencia solidaria, fraterna y cooperativa
Compromiso con la comunidad	Responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.	Trabajo y un ocio liberadores
	Distribución equitativa y solidaria de excedentes.	Reconstrucción de lo público
		Democracia representativa, participativa y deliberativa
		Estado democrático, pluralista y laico

Fuente: Páez (2013)

Se elaboró un Modelo propio de Balance Social, mismo que considera siete macrodimensiones como se indica a continuación:

Gráfico 6. Macrodimensiones (7) y dimensiones (24) del Balance Social propuesto por la SEPS

<u>Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales</u>	Prelación del trabajo sobre el capital
	Prelación de los intereses colectivos sobre los individuales
	Ocio liberador
<u>Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural</u>	Accesibilidad asociativa y cooperativa
	Retiro de asociados
	Conocimiento cooperativo y del sistema económico social y solidario
	Acceso a cargos Institucionales
<u>Autogestión y Autonomía</u>	Control democrático por los socios
	Transparencia informativa
	Acuerdos con otras organizaciones (no EPS)
	Relación con el Estado
	Estructura del Patrimonio
	Equilibrio real de poder entre asociados
	Concentración de aportes sociales
	Utilización de utilidades y excedentes
<u>Participación económica, solidaria y distribución equitativa (util. o exced.)</u>	<u>Valor Agregado Cooperativo</u>
	Desarrollo de las capacidades de los actores relacionados a la organización
<u>Educación, capacitación y comunicación</u>	Promoción de la EPS
	Investigación y desarrollo
<u>Cooperación e integración del Sector Económico Popular y Solidario</u>	Intercooperación (Solidaridad con entidades del sector de la EPS)
	Integración sectorial
<u>Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental</u>	Comercio Justo
	Comunidad
	Medio Ambiente

Fuente: Páez (2013)

Justamente ese es el modelo de Balance Social (**Anexo 1**) propuesto por Maliza-Choco (2015), en su proyecto de investigación “*La incorporación del Balance Social a los informes de gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.*”; mismo que al ser analizado nos permitió concluir en que debe estar enfocada cada una de las 7 dimensiones del Balance Social, de manera resumida implican:

- 1.- Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales: hace referencia a que las Cooperativas deben buscar principalmente el bien colectivo, enfocándose sobremanera en lograr que el ser humano disfrute de una vida digna.
- 2.- Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural: implica que las organizaciones estén libres de discriminación, sea de raza, género, religión o cultura; para así, construir un país más equitativo, solidario, respetuoso y justo.
- 3.- Autogestión y autonomía.- participación activa de los trabajadores, socios y otros miembros de la institución en la toma de decisiones sobre su desarrollo o

funcionamiento; garantizando a la vez, la autonomía de la organización, su facultad de obrar según su criterio.

4.- Participación económica, solidaria y distribución equitativa: los miembros deben contribuir y participar de manera equitativa y solidaria en el control democrático del capital de la organización. Ese capital constituye en parte el patrimonio de propiedad común de la organización; por el cual, sus miembros recibirán una compensación limitada si es que la hay, sobre las utilidades y excedentes garantizando la justicia social y económica.

5.- Educación, capacitación y comunicación: Programas de educación corporativa, asistencia técnica, capacitación, programas de mejoras tecnológicas y comunicación de la promoción asociativa. En pro de mejorar las capacidades de la población; especialmente, del talento humano relacionado con la organización.

6.- Cooperación e integración del Sector Económico Popular y Solidario: búsqueda de la integración sectorial, mediante la interacción o relación, la participación económica y alianzas con entidades del mismo sector; sea, a nivel local, nacional o internacional.

7.- Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental: desarrollo de las actividades garantizando los derechos de la naturaleza y promoviendo el comercio justo, ético y responsable (cuidado del medio ambiente) que fomenten el bienestar de sus miembros, la comunidad y las generaciones futuras.

b.2. Descripción conceptual de la variable dependiente: Responsabilidad Social Empresarial

Economía Popular y Solidaria

La Economía Social, también llamada Economía Solidaria, se refiere al conjunto de aquellas organizaciones de productores, consumidores, ahorristas, trabajadores, etc., que operan regidas por los principios de participación democrática en las decisiones, autonomía de la gestión y la primacía del ser humano sobre el capital. Las prácticas de estas organizaciones se circunscriben en una nueva racionalidad productiva, donde la solidaridad es el sostén del funcionamiento de las iniciativas. Diferenciándose de la racionalidad capitalista que no es ni solidaria ni inclusiva y de la economía pública que no permite la posibilidad de autogestionarse. Reflexiones extraídas de la página web Economía Social (2009)

Parafraseando lo mencionado por Econlink en su página web (2009), se observa que:

- A. Estos emprendimientos buscan la articulación con entidades públicas o privadas que le permitan llevar a cabo una verdadera participación democrática en la vida económica y política de una sociedad. En ellas encuentran refugio categorías sociales puestas al margen de los sistemas de empleo y distribución de la riqueza convencionales dependientes del mercado y del Estado.
- B. Como integrantes de la economía social es posible incluir a las cooperativas, las mutuales, las fundaciones, las organizaciones civiles, las cooperadoras y las fábricas recuperadas que funcionan como cooperativas en su gran mayoría; pero también a las organizaciones de desocupados que organizan comedores, huertas o demás emprendimientos.
- C. En los últimos 20 años se ha ido extendiendo el concepto de “*tercer sector*”. Este término pone énfasis en la idea de que la organización económica y social de los países se constituye en torno a tres sectores de la economía.
 - 1. Un primer sector que corresponde al sector de la economía pública,
 - 2. Un segundo sector que corresponde a las empresas privadas
 - 3. Y un tercer sector que reúne a todas las otras formas de empresa y organizaciones, que por lo general no tienen fines de lucro y se basan

en una gestión democrática y en la generación de bienes y servicios de interés público.

- D. Quienes utilizan el concepto clásico de empresas de economía social subrayan en su análisis el desarrollo de empresas que operan en el mercado transando sus bienes y servicios pero por medio de la gestión de empresas democráticas, centradas en la ayuda mutua y el interés público.
- E. Finalmente cabe indicar, que otro término de uso frecuente es el de “*sector sin fines de lucro*”, en donde el acento es puesto en al trabajo voluntario de interés general que es realizado con ánimo solidario. En los últimos años esta línea de acción y pensamiento se ha potenciado con el desarrollo de iniciativas vinculadas a la gestión ética de las empresas y las distintas vertientes de la responsabilidad social empresarial.

La Economía Popular y Solidaria, hace referencia a las organizaciones económicas que sitúan o colocan al ser humano como sujeto y fin de su actividad; es decir, son las organizaciones que consideran al Desarrollo Sostenible como pilar fundamental en el desarrollo de sus actividades. Trabajan bajo el sentir de ser recíprocos, solidarios y cooperar con los grupos de interés que se relacionan con su actividad. En este tipo de sociedades solidarias (cooperativas) se busca la obtención de excedentes; pero, los mismos son reinvertidos y repartidos equitativamente entre sus socios, de esta manera la Economía Popular y Solidaria busca coadyuvar en la eliminación de la pobreza, mediante la redistribución del ingreso y de la riqueza.

Principios del Cooperativismo

La Alianza Cooperativa Internacional (2001-2016) menciona que los elementos que distinguen a las cooperativas son sus principios y valores. En 1844, los Pioneros de Rochdale; es decir, los fundadores de la primera cooperativa de la historia, habían formulado un sistema de principios simple, claro y contundente. En la II Asamblea General realizada en Manchester en se adoptó la nueva Declaración de Identidad Cooperativa, se incluyó una nueva definición de cooperativa y una revisión de la formulación de los Principios y Valores Cooperativos. Así, los principios cooperativos son:

1. “Membresía 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 conlleva la membresía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.

2. “Control democrático de los miembros”

Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa, responden ante los miembros. En las cooperativas de base los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos.

3. “Participación económica 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 siguientes 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.

4. “Autonomía e independencia”

Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.

5. “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, particularmente

a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

6. “Cooperación entre cooperativas”

Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

7. “Compromiso con la comunidad”

La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros

Los principios cooperativos pueden definirse como la base filosófica o como la serie de lineamientos o parámetros por los que las cooperativas se rigen. Por tal motivo solo se pueden considerar como cooperativistas a aquellas organizaciones que piensan, razonan y actúan en base a estos principios. Principios o valores que de manera concisa buscan el bienestar de todos los stakeholders.

Ética empresarial

Acción Empresarial (2003), en su artículo *“El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo”* menciona que la ética empresarial,

“Se refiere a cómo una compañía integra el conjunto de valores (honestidad, confianza, respeto, justicia y otros) en sus políticas, prácticas y en la toma de decisión de la empresa. Adicionalmente, la ética empresarial implica comportarse de acuerdo a los estándares legales, además de su adherencia a las leyes y regulaciones internas”.

Como bien menciona este artículo de Acción Empresarial (2003), antes se consideraba que la ética empresarial se refería a la implementación de códigos legales detallados de situaciones que los empleados podían considerar una conducta errada, conflictos de intereses o uso impropio de recursos de la empresa. Hoy; sin embargo, las empresas diseñan programas de ética basados en valores, definiéndolos y entregando procesos y herramientas necesarias para la toma de decisiones y para la resolución de dilemas complejos. Así, la ética se ha convertido en un campo mucho más sofisticado, bajo

cuyas directrices la empresa debe buscar un equilibrio entre las responsabilidades de tipo económico y las de tipo ético. Para lograr un proceso exitoso hace falta ciertas iniciativas, como: declarar la misión, los principios éticos o declaración de valores, estrategias comunicacionales éticas, capacitación en ética, grupos de discusión, evaluaciones continuas y sanciones.

La Ética Empresarial, implica desarrollar las actividades propias de la organización, pero siempre procurando el bien común, no es simplemente el hecho de generar réditos económicos, sino más bien el de brindar calidad de vida a los stakeholders relacionados con la actividad. La ética empresarial abarca lo referente a principios y valores morales aplicables a la vida económica y empresarial; la responsabilidad de las organizaciones para con sus diversos constituyentes; los procedimientos basados en principios y valores éticos, las virtudes personales que han de estar presentes en el mundo de los negocios.

Responsabilidad Social Empresarial

Como refieren Alfonso-Alemán, Rivera-Rodríguez, & Labrador-Machín (2008), la Responsabilidad Social Empresarial es la actividad que debe desarrollar una empresa a fin de satisfacer las necesidades de sus stakeholders, mismos que no se limitan al interior de la empresa, más bien supone la interacción con los diferentes sectores de la comunidad con los cuales se relaciona, en busca de un desarrollo integral.

Parafraseando a Correa-Jaramillo (2007), diremos que hablar de empresas socialmente responsables, no se limita al simple hecho de cumplir con las obligaciones jurídicas; abarca la inversión voluntaria en el entorno que se desenvuelve, para impulsar la obtención de beneficios sociales y medioambientales. Acciones que de una u otra forma contribuyen al crecimiento de la entidad.

La Responsabilidad Social Empresarial se refiere al desarrollo de actividades empresariales sustentables, que según menciona Hupperts (2005) deben cumplir con el concepto “Triple P”, o lo que es lo mismo deben tener en cuenta no solo sus ganancias; sino también, sus recursos humanos e incluso el medio ambiente.

En sí, la Responsabilidad Social Empresarial, hace referencia a una gestión responsable de las decisiones y actividades empresariales, y su impacto no solo a nivel económico, sino también social y ambiental. Busca un equilibrio más equitativo entre accionistas y stakeholders. Reflexiones expuestas por Perdiguero & García-Reche (2005).

El Libro Verde publicado por la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), define a la responsabilidad social empresarial como *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”*.

Se pueden distinguir diferentes tipos de acciones que las empresas gestionan en responsabilidad social empresarial, Carroll (1991) menciona cuatro:

- *“Responsabilidades Económicas: Se refiere a ser rentable para los accionistas, entregar buenos trabajos a los empleados y producir productos de calidad para los clientes.*
- *Responsabilidades Legales: Busca cumplir las leyes y normas preestablecidas en el medio de desenvolvimiento.*
- *Responsabilidades Éticas: Respetar la moral de la empresa, realizando lo que es correcto y justo, evitando causar daños a terceros.*
- *Responsabilidad Filantrópica: Hacer contribuciones voluntarias a la sociedad, dándole tiempo y dinero como una buena obra”*

La Norma Internacional ISO 26000 (2010), menciona siete principios que una empresa socialmente responsable debe cumplir:

1. *“Rendición de cuentas”*

La capacidad de una organización de acostumbrarse a dar información sobre los impactos sociales, económicos y ambientales de su operación, que conlleva evidentemente no sólo positivos, sino también negativos y por ende asumir la responsabilidad de generar las medidas correctivas y establecer los candados necesarios para mitigarlos o evitarlos. Rendir cuentas debería también implicar aceptar la vigilancia pública y promover la respuesta a dicho escrutinio.

2. “Transparencia”

Esta práctica implica la costumbre de una organización de ser transparente en aquellas acciones que pueden vulnerar a la sociedad y al ambiente y por lo cual deberían brindar toda la información que requieran las partes interesadas en un lenguaje sencillo y en formatos accesibles.

3. “Comportamiento Ético”

La forma en la que una organización es lo que es, hace lo que hace y decide lo que decide, está directamente vinculada a los criterios de honestidad, equidad e integridad que establece la gobernanza organizacional para conducirse. Una estructura ética que moldee las decisiones y acciones, permite establecer que el fin no justifica los medios y por lo tanto que maximizar las ganancias debe conversar con la capacidad de incrementar los impactos positivos, y minimizar los negativos, en su entorno social y medioambiental.

4. “Respeto a los intereses de las partes interesadas”

Las organizaciones deben entender que los intereses de las partes involucradas son legítimos y deben ser atendidos y respetados, así sean distintos a los propios. Si bien es cierto, los objetivos de una empresa responden a sus dueños, existe un conjunto de partes interesadas que se ven afectadas por las actividades, acciones y decisiones, por lo que tomar en cuenta dichas expectativas es condición básica para operar de manera legítima y asegurar el éxito en el mediano y largo plazo. Porque valgan verdades, las partes interesadas tienen también y, felizmente, un potencial enorme de afectar una operación.

5. “Respeto al principio de legalidad”

Es el reconocimiento básico que ningún individuo y/u organización están por encima de la ley y, por ende, no tienen la potestad de actuar por fuera de sus marcos. Así, todas las instituciones deben cumplir las leyes y regulaciones aplicables, también en materia de responsabilidad social.

6. “Respeto a la normatividad internacional de comportamiento”

Una organización debería respetar la normativa internacional de comportamiento, a la vez que acatar el principio de respeto a la ley. Hoy los negocios son, sobre todo, globales, y con las cadenas de valor extendidas, es muy frecuente que subcontraten servicios en países donde las leyes laborales son bastante más laxas, por lo que la vulneración de derechos también es más plausible. Por ende, una organización debería contemplar respetar la normativa más exigente aun cuando la normativa nacional a la que esté sujeta no contemple las salvaguardas sociales y medioambientales.

7. “Respeto a los derechos humanos”

Una organización debería respetar los derechos humanos reconociendo, tanto su importancia y su universalidad. Es decir, son aplicables a todos los individuos en todos los países y culturas. Sobre todo allí donde ya sea por un vacío legal, o por prácticas inadecuadas, pueden ser vulnerados, la organización debería hacer un esfuerzo adicional por velar por ellos, respetarlos y protegerlos.

Por otro lado; la Norma Internacional ISO 26000 (2010), establece siete materias fundamentales referentes a la gobernanza de la organización; es decir, al sistema de dirección de la empresa, mediante el cual se muestra el compromiso con la ética y cumplimiento de la ley, a través de la incorporación participativa de aspectos económicos, sociales y ambientales en la visión, misión y cultura organizacional, que apoyan a la institucionalización de la Responsabilidad Social Empresarial al interior y exterior del accionar de la empresa. Mismas que el gráfico a continuación resume:

Gráfico 7. Materias Fundamentales de la Responsabilidad Social



Fuente: Norma Internacional ISO 26000, (2010)

1. Derechos humanos:

Respetar los derechos humanos significa, en primer lugar, no infringir los derechos de los demás. Esto implica dar pasos positivos para asegurar que la organización evita vulnerar los derechos, tanto a través de una aceptación pasiva, como de una participación activa. Para cumplir con la responsabilidad de respetar los derechos humanos, se requiere el ejercicio de la debida diligencia.

2. Prácticas laborales:

Esta materia reúne las políticas y prácticas responsables dirigidas al talento humano de la empresa, que incluye desde los colaboradores y sus grupos familiares, hasta los accionistas y directivos; identificándolos como un activo fundamental para la productividad y competitividad de la empresa, en la medida que las relaciones laborales sean sostenibles y satisfactorias.

3. Medio ambiente:

Es el compromiso permanente de la empresa con el uso sostenible de los recursos naturales que conlleven a reducir el impacto de sus operaciones, a través de

toda la cadena de valor; analizando el ciclo de vida del producto, utilizando tecnologías ambientalmente amigables, ecoeficiencia y educación ambiental.

4. Prácticas justas de operación:

La empresa incentiva, valora y evalúa el comportamiento responsable de su cadena de valor a través de los proveedores de bienes y/o servicios en su operación. Para ello, la empresa facilita prácticas responsables, incorporación de criterios de responsabilidad social en los procesos de evaluación, selección y contratación transparente de sus proveedores, además de fomentar los negocios inclusivos. Hay dos grandes áreas que se tratan en esta materia fundamental:

- **Corrupción.-** El abuso de poder para obtener un beneficio privado. Cuando la ISO 26000 habla de anticorrupción, se refiere a que la organización debería implementar políticas y prácticas que eviten que se produzca este tipo de situaciones. En este sentido, la formación, motivación y educación del personal sobre comportamientos anticorrupción son de particular utilidad de acuerdo con la Guía.
- **Cadena de valor.-** La ISO 26000 sugiere tratar de influir en otras organizaciones con las que se relaciona en la cadena de valor, para que adopten un comportamiento socialmente responsable, por ejemplo, llevando a cabo compras y adquisiciones a aquellos proveedores que sigan principios de responsabilidad social.

5. Asuntos de Consumidores:

Consiste en construir, desarrollar y mantener relaciones de confianza entre los consumidores y clientes de bienes y servicios de la empresa; basadas en la integridad, justicia y honestidad.

6. Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad:

Consiste en la corresponsabilidad de la empresa hacia el desarrollo local en materia económica, social y ambiental, que involucre a las comunidades cercanas y/o grupos vinculados a su actividad productiva, buscando contribuir a la solución de problemas prioritarios que afectan el entorno en que conviven la empresa y sus públicos de interés.

Por otro parte, como menciona el Departamento de Estudios-Gobierno de Chile (2005) la Responsabilidad Social Empresarial, puede ser estudiada teniendo en cuenta dos dimensiones: una dimensión interna y otra dimensión externa. Desde el punto de vista interno se enfoca en sus trabajadores y en el ámbito externo se refiere a los agentes del entorno; como, el medio ambiente, la comunidad y la sociedad.

1. Dimensión Interna

Se enfoca en las relaciones laborales; pero, no se refiere únicamente al cumplimiento de las obligaciones legales con los trabajadores, lo que se busca es contribuir al desarrollo profesional y personal de los trabajadores, posibilitar su acceso a la información y a las decisiones que los afectan directamente, también a mejorar las condiciones de trabajo. Un ejemplo de esto sería invertir en la profesionalización y perfeccionamiento de sus trabajadores y en condiciones de trabajo seguras e higiénicas.

Estas medidas socialmente responsables, contribuyen para que los trabajadores compartan los desafíos de la empresa, se involucren en la solución de problemas y en el logro de metas establecidas; en conclusión, permite un mayor desarrollo profesional.

2. Dimensión Externa

Se direcciona básicamente en el desarrollo de una relación de respeto con el medio ambiente, en el compromiso y las acciones de ayuda al desarrollo económico y social de la comunidad y en el desarrollo de prácticas comerciales responsables con clientes, inversionistas, proveedores, contratistas, distribuidores, la sociedad y el Estado. Para lograrlo la empresa debe ser capaz de identificar los impactos ambientales producidos por su actividad. Para una empresa socialmente responsable el cuidado del medio ambiente debe ser la base en todas las áreas de la empresa y en cada producto, proceso o servicio.

Además; es necesario que estas empresas retribuyan por los aportes de infraestructura y capital social, que hacen factible el desarrollo de su proyecto o negocio, para ello debería actuar como agente de desarrollo comunitario y de progreso social. Por otro lado; la empresa también debe demostrar ser responsable, cumpliendo a cabalidad sus

contratos y compromisos con sus proveedores e informándoles de sus valores y código de conducta. También hace falta la responsabilidad hacia clientes y consumidores, mediante el desarrollo de productos y servicios confiables, que impliquen mínimos riesgos para su salud. Toda organización que desea ser socialmente responsable debe direccionar sus actividades tanto a la dimensión interna como externa.

De manera breve se puede resumir que la Responsabilidad Social Empresarial consiste en el desarrollo de actividades que permitan el mejoramiento social, económico y ambiental. Es de cierta manera la retribución hecha a la sociedad por los impactos que las actividades desarrolladas por la organización tienen en la comunidad. Lo que busca es proporcionar un desarrollo sostenible, consecución de réditos económicos pero cuidando a la vez sus recursos humanos, sociales y medioambientales.

Stakeholders

Término que según indica Goodpaster (2009) se usa para referirse que en las empresas existen además de los accionistas, otras partes interesadas en la toma de decisiones. Como los trabajadores, proveedores, clientes, acreedores, competidores, gobiernos y la comunidad en general. Sin embargo, es necesario que la dirección de la empresa sea equilibrada, para que logre satisfacer las necesidades de todos los individuos involucrados y desarrollar la toma de decisiones sustentada en la consecución de valores éticos.

Freeman (1984), por su parte, define un stakeholders como *“cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa”*.

Tomando esto de base se concluye que la empresa no se refiere solo a los propietarios, dueños o accionistas; más bien, se la entiende como el conjunto de agentes, tanto los que influyen en ella como los que son afectados por las acciones de esta. Mismos que se relacionan no solo para satisfacer necesidades económicas, sino especialmente de tipo moral y social. Esta búsqueda mutua de satisfacer necesidades, intereses y valores se denomina responsabilidad social de la organización. Reflexión extraída luego del análisis hecho por González-Esteban (2007)

Moreno-Prieto director de Cumbria FSC menciona que:

“Stakeholder es una persona o grupo de personas, presentes y futuras, que tienen un interés en la empresa o que se ven o pueden verse afectados por las operaciones que ésta realiza. De esta forma, las personas sobre las cuales una empresa debe ser responsable y sobre las cuales debe basar su sostenibilidad, son y serán sus stakeholders”

Y entre los principales menciona: Accionistas o propietarios; Empleados; Clientes; Distribuidores y socios comerciales; Proveedores; Competidores; Agentes sociales; Administraciones públicas; Comunidad local; y, Público en general.

c. Preguntas directrices y/o hipótesis

c.1. Preguntas directrices

¿De qué calidad es la información que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3 presentan en el Balance Social sobre sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cómo es la Responsabilidad Social Empresarial en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3?

¿Cómo se debería elaborar el Balance Social para que permita evaluar el cumplimiento de la Responsabilidad social Empresarial en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3?

c.2. Hipótesis

La presentación del Balance Social incidió positivamente en la Responsabilidad Social Empresarial en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 – zona 3.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

a. Modalidad, enfoque y nivel de investigación

a.1. Modalidad

Como menciona Arias (2012, pág. 27), *“la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado”*, puede clasificarse en: documental, de campo y experimental. En la presente investigación no se manipularon las variables; por tanto, las modalidades de investigación utilizadas fueron de campo y documental.

Documental, porque según lo que complementa Arias (2012, pág. 27) para la adquisición de nuevos conocimientos se realizó una *“búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas”*.

Bernal (2010, pág. 111), menciona además que la investigación de tipo documental *“consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio”*.

Y además se aplicó la investigación de campo, pues esto permitió *“la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos”* (Arias, 2012, pág. 31). Además considerando lo que Elizondo (2002, pág. 248) puntualiza sobre la investigación de campo, fue preciso recopilar fuentes de datos, mismos que *“están constituidas por los hechos que se producen espontáneamente en el entorno del investigador... con el propósito de allegarse elementos de juicio que le permitan comprobar o rechazar una hipótesis”*.

Para el desarrollo de la presente investigación se empleó la investigación documental y de campo. Documental, porque se recurrió a fuentes impresas, audiovisuales y

electrónicas referentes al tema en estudio. Y de campo, porque se realizaron encuestas a los actores relacionados con la elaboración del Balance Social en las Cooperativas y además porque se aplicó una ficha de observación.

a.2. Enfoque

El enfoque de esta investigación fue cuantitativo, pues tal como mencionan Hernández, Fernández & Baptista (2010, pág. 4), procedimos a *“la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”*.

Bernal (2010, pág. 60) habla de este enfoque y sugiere que debe fundamentarse *“en la medición de las características de los fenómenos sociales. Lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva”*.

Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, pues como indica Martínez-Ruiz (2012), su objetivo es *“establecer relaciones causales que supongan una explicación del fenómeno a observar”*. Con base en el objetivismo; la realidad percibida, desde un enfoque cuantitativo, *“tiene un carácter nomotético, cuyo objetivo es llegar a formular leyes generales; por lo regular utiliza el método hipotético-deductivo”*.

a.3. Nivel de investigación

La presente investigación fue explicativa y descriptiva correlacional; es decir que, la profundidad de los conocimientos se ubicaron en un nivel intermedio y profundo. Es descriptiva porque buscó caracterizar el hecho o fenómeno, para establecer su estructura o comportamiento. A su vez fue correlacional; pues, se trató de determinar el grado de relación entre las variables, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y el uso de técnicas estadísticas. Reflexiones resumidas de Arias (2012, pág. 25)

En concordancia con este pensamiento y resumiendo a Hernández, Fernández & Baptista (2010, págs. 81, 82), notamos que el propósito de realizar un estudio correlacional es evaluar el grado de asociación entre las variables estudiadas,

cuantificar y analizar dicha vinculación, con sustento en la prueba de hipótesis. De ahí que este nivel de investigación sea en cierto sentido de tipo explicativo.

Es entonces, apropiada la investigación correlacional, porque como complementa Tamayo y Tamayo (2003, pág. 50) este tipo de investigación permite *“determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores... esta covariación normalmente e determina estadísticamente por medio de coeficientes de correlación”*. Aunque hay que tener en cuenta que el hecho de establecer relaciones estadísticas, no conduce directamente a establecer relaciones de causa-efecto entre las variables en estudio. Por este motivo también se enfocó la investigación desde un nivel explicativo.

Misma que como menciona Arias (2012, pág. 26), busca *“el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto... prueba de hipótesis”*. En la misma línea de pensamiento Hernández, Fernández & Baptista (2010, pág. 84), señalan que el propósito de realizar un estudio de nivel explicativo es *“explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables”*.

Según conceptualiza Bernal (2010, pág. 115), la investigación de nivel explicativo se fundamenta en *“la prueba de hipótesis y busca que las conclusiones lleven a la formulación o al contraste de leyes o principios científicos”*. A su modo de ver, se refiere a las investigaciones que persiguen estudiar el porqué de las cosas, hechos, fenómenos o situaciones, que buscan la relación causa-efecto entre variables.

Como la presente investigación busca determinar; si existe relación significativa o no, entre la presentación del Balance Social y el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, es apropiado realizar la prueba de hipótesis mediante correlaciones, pues esta permite determinar el grado de relación entre las variables. Sin embargo, de lo investigado sabemos que el hecho de establecer relaciones estadísticas, no conduce directamente a establecer relaciones de causa-efecto entre las variables en estudio. Por este motivo fue oportuno enfocarla a un nivel explicativo; el cual nos permite determinar el porqué de los fenómenos o situaciones, y explicar la relación causa-efecto entre las variables.

b. Población, muestra y unidad de investigación

b.1. Población

A fin de determinar la población objeto de estudio, es importante considerar lo que Arias (2012, pág. 81) menciona: él dice que la población “*es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación*”.

Teniendo esto presente, esta investigación considero como su población objetivo a todas las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3, que de acuerdo a la información obtenida de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, son 7, mismas que se indican a continuación:

Tabla 1. Cooperativas de Ahorro y Crédito Segmento 1 – Zona 3

RUC	RAZÓN SOCIAL
0590052000001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE COTOPAXI LTDA.
0690045389001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO RIOBAMBA LTDA.
1890001323001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS LTDA
1890003628001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN FRANCISCO LTDA
1890037646001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EL SAGRARIO LTDA
1890080967001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CAMARA DE COMERCIO DE AMBATO LTDA.
1890141877001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MUSHUC RUNA LTDA

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

b.2. Muestra

Cuando es imposible estudiar la totalidad de los elementos de la población objetivo se puede recurrir al muestreo, que no es otra cosa, sino la obtención de un subconjunto representativo y finito de la población en estudio. Eso es lo que se puede mencionar luego de analizar a Arias (2012, pág. 83)

Dada la naturaleza de esta investigación, no fue necesario recurrir a la selección de una muestra; por tanto, se trabajó con la totalidad de la población objeto de estudio.

b.3. Unidad de investigación

“Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3”

c. Operacionalización de las variables

c.1. Variable independiente

Tabla 2. Variable independiente – Balance Social

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
El Balance Social consiste básicamente en reunir, sistematizar y evaluar la información social en un documento de carácter público; destinado a los grupos de interés o stakeholders, en el cual se puedan cuantificar los datos, esto con el fin de determinar las fortalezas y debilidades del accionar de la empresa en el ámbito social. (Correa-Jaramillo, 2007)	Generalidades	Aspectos básicos	¿La cooperativa elabora el Balance Social con una metodología específica, reportando impactos positivos y negativos en la triple cuenta de resultados (desempeño en la dimensión social, económica y ambiental)?	Cuestionario
			¿La Cooperativa permite que el BS sea público? Por ejemplo, al publicarlo en Internet.	Ficha de observación
			¿El BS es de fácil lectura y comprensión?	Ficha de observación
			¿Es fácil localizar las informaciones en este BS?	Ficha de observación
		Calidad de la información	¿La información contenida en el BS le permitió conocer mejor a la organización (Cooperativa)?	Ficha de observación
			La información de otras fuentes sobre las actividades de RSE que cumple la Cooperativa, son coherentes con la información contenida en el BS?	Ficha de observación
			¿Cree que los temas que han sido abarcados dentro del Balance Social son equilibrados?	Ficha de observación
			¿Los temas analizados en el BS constan de la cantidad adecuada de tópicos - detalles?	Ficha de observación
			¿Piensa que cierta parte del BS podría ser analizada de manera más profunda?	Ficha de observación
			¿El BS describe claramente la misión y visión de la cooperativa?	Ficha de observación
		Indicadores de desempeño	¿La misión y visión de la Cooperativa cuenta con una filosofía social; es decir, incluye claramente la preocupación por el ámbito social?	Ficha de observación
			¿Los indicadores de desempeño utilizados son claros?	Ficha de observación
			¿El BS deja claro quiénes son los responsables de la RSE dentro de la institución?	Ficha de observación
			Diría que la información abarcada dentro del BS respecto al desempeño en cuestiones ambientales, económicas y sociales ¿fue apropiada?	Ficha de observación
		Aspectos mínimos que debe incluir	¿El BS evalúa la gestión de la Cooperativa tanto cualitativa como cuantitativamente?	Ficha de observación
			¿Se comparan los resultados obtenidos con los presupuestos previamente definidos y con los resultados de años anteriores?	Ficha de observación
	¿Se incorpora en el BS críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés (stakeholders)?		Ficha de observación	
	¿Se incluye en el BS datos desfavorables sobre los aspectos sociales y ambientales?		Ficha de observación	
	Dimensiones Área Interna y Externa	Interna	¿Este reporte sobre RSE incluye al menos los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general.	Ficha de observación
			¿Se evalúa el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, tanto en su área interna como externa?	Ficha de observación
			¿El BS analiza las características sociolaborales del personal?	Ficha de observación
		Relaciones Primarias	¿El BS detalla los servicios sociales que la organización presta al personal?	Ficha de observación
			¿El BS evalúa la integración y desarrollo del personal?	Ficha de observación
			¿Se evalúa en el BS los servicios prestados a la familia (salud, educación, recreación, préstamos económicos)	Ficha de observación
		Relaciones con la comunidad	¿El BS aborda aspectos como los servicios prestados a los jubilados, accionistas, canales de distribución, acreedores, proveedores, consumidor final, competencia?	Ficha de observación
			¿En el BS se tiene en cuenta las expectativas de estos sectores: Servicios prestados, cobertura, inversión, empleo generado, programas especiales, créditos?	Ficha de observación
			¿El BS analiza los aspectos relacionados con la comunidad local (entorno geográfico más cercano) sean perjuicios o beneficios?	Ficha de observación
		Con otras instituciones	¿Con respecto a la sociedad (generación de empleo, desarrollo de nuevas tecnologías, campañas institucionales de bien común) se considera en el BS?	Ficha de observación
¿Considera el BS los aspectos relacionados con el sector público, como: pago de aportes para fiscales, impuestos, participación en proyectos de interés público?			Ficha de observación	
¿El BS contiene información referente a las relaciones existentes entre la Cooperativa y los gremios, medios de comunicación, universidades y asociaciones?			Ficha de observación	

Fuente: Elaboración propia en base a Investigación documental

c.2. Variable dependiente

Tabla 3. Variable dependiente – Responsabilidad Social Empresarial

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
Dícese de la actividad que debe desarrollar una empresa a fin de satisfacer las necesidades de sus stakeholders, mismos que no se limitan al interior de la empresa, más bien supone la interacción con los diferentes sectores de la comunidad con los cuales se relaciona, en busca de un desarrollo integral. (Alfonso-Alemán, Rivera-Rodríguez, & Labrador-Machín, 2008)	Aspectos básicos	Conceptos	¿Conoce usted los que es la Responsabilidad Social Empresarial?	Cuestionario
		Aspectos importantes que abarca la RSE	Mejoramiento de la imagen empresarial	Cuestionario
			Calidad de vida laboral	Cuestionario
			Cumplimiento de la ley	Cuestionario
			Cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive	Cuestionario
		Stakeholders	Comunidad	Cuestionario
			Socios-Inversionistas	Cuestionario
			Medio Ambiente	Cuestionario
			Empleados	Cuestionario
		Actividades en RSE	No dañar la naturaleza, no contaminar	Cuestionario
			Proyectos de ayuda comunitaria	Cuestionario
			Programas de motivación continua al personal	Cuestionario
			Comprometerse con la sociedad - excedentes	Cuestionario
		Imagen empresarial	Buen producto, servicio, atención	Cuestionario
			Satisfacción de los clientes	Cuestionario
	Aporte a la comunidad - Prestigio		Cuestionario	
	No dañan al medio ambiente		Cuestionario	
	Normas Internacionales	SA 8000 ISO 26000 SGE 21	¿Conoce algunas de estas certificaciones en Responsabilidad Social Empresarial? SA 8000 ISO 26000 SGE 21	Cuestionario
			¿Considera importante que las cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 - zona 3 alcance certificaciones en Responsabilidad Social?	Cuestionario
	Evaluación	Nivel de cumplimiento	¿Qué calificación le pondría a la Cooperativa en lo referente al cumplimiento de su Responsabilidad Social Empresarial?	Cuestionario
Actividades irresponsables		De las operaciones que actualmente realiza la cooperativa, ¿hay alguna que pueda ser considerada como irresponsable?	Cuestionario	

Fuente: Elaboración propia en base a Investigación documental

d. Descripción detallada del tratamiento de la información

d.1. Plan de recolección de la información

Para la ejecución de esta investigación se plantea el siguiente plan de recolección de información:

Lectura científica

Para redactar datos bibliográficos, y elaborar el marco teórico se revisó folletos, libros, revistas, monografías e internet, donde se pudo encontrar suficiente información acerca del tema de estudio.

Encuestas

Se procedió a realizar encuestas al personal encargado de la elaboración del Balance Social de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3 para conocer acerca del cumplimiento de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

Observación

Principalmente los datos para la investigación se recabaron mediante la observación de los balances sociales que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3 han presentado, respecto de su claridad, veracidad y eficacia.

d.2. Plan de procesamiento de la información

Para la presente investigación se utilizó la observación y la encuesta como técnicas de investigación.

En el caso de las encuestas los datos se procesaron con el propósito de obtener respuestas a las diferentes preguntas que se formularon, y también se hizo un análisis de la información obtenida mediante la técnica de la observación; para ello, se revisó los datos presentados por las Cooperativas de Ahorro y Crédito en sus balances sociales respecto del cumplimiento de su Responsabilidad Social, y se los ordeno de manera tal que sea factible su tabulación.

Se tomó en cuenta la frecuencia con que se repiten los datos de cada variable mediante el uso de cuadros estadísticos, y se realizó un análisis minucioso de estos resultados para obtener conclusiones respecto al tema de estudio, los problemas hallados; así como, las posibles soluciones.

Luego de determinar el problema y realizar la investigación de campo en las Cooperativas de Ahorro y Crédito Segmento 1 – Zona 3, se verificó la hipótesis mediante el Coeficiente de Correlación de Pearson, con el fin de comprobar si los valores obtenidos en las encuestas y la ficha de observación respecto de las variables en estudio tienen relación significativa.

e. Validez y confiabilidad de los cuestionarios

Se procedió a verificar la validez y fiabilidad tanto de la encuesta como de la ficha de observación aplicada; para ello, se realizó el cálculo del Alfa de Cronbach. Cálculo que como menciona Corral (2009, págs. 241,242), es utilizado:

“Para evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítemes es común emplear el coeficiente alfa de Cronbach cuando se trata de alternativas de respuestas policotómicas, como las escalas tipo Likert; la cual puede tomar valores entre 0 y 1, donde: 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total”

Este cálculo determino la validez de los tests aplicados, pues el alfa calculado fue de 0,800 y 0,970 para la encuesta y la ficha de observación respectivamente; a continuación se muestran estos resultados tal como el programa SPSS los arroja:

Tabla 4. Análisis del Alfa de Cronbach calculado para las encuestas

Resumen de procesamiento de casos		N	%
Casos	Válido	18	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	18	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	43

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Tabla 5. Análisis del Alfa de Cronbach para la ficha de observación

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	7	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	7	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,970	34

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

a. Principales resultados

a.1. Resultados

Una vez aplicadas las encuestas al personal que interviene en la elaboración del Balance Social de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 - Zona 3 (Anexo 2); y, realizada la observación prevista al Balance Social de las mismas, se realizó el procesamiento de datos y el análisis estadístico de los mismos, con este propósito y a fin de simplificar el trabajo se utilizó el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), que como mencionan Castañeda, Cabrera, Navarro, & Vries incluye *“procedimientos estadísticos que... son de mucha utilidad para aquellas organizaciones que necesiten desarrollar y subsecuentemente analizar bases de datos para aplicaciones prácticas o para diversas necesidades de investigación”* (2010, pág. 15).

A continuación; se presenta el análisis de los resultados obtenidos, de la encuesta aplicada al personal que interviene en la elaboración del Balance Social de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 - Zona 3, sobre la presentación de este; y, el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

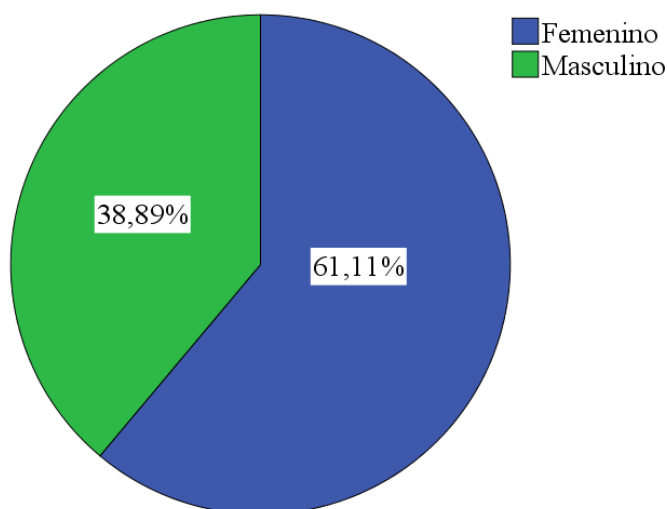
Pregunta 1. Género del encuestado

Tabla 6. Frecuencia de encuestados según su género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	11	61,1	61,1	61,1
Válido Masculino	7	38,9	38,9	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 8. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a su género



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 6** y el **Gráfico 8** se puede apreciar que del total encuestado, alrededor del 61% son mujeres y el 39% corresponde al género masculino. La clara diferencia encontrada, pone en evidencia que es el género femenino que predomina en el desempeño de labores socialmente responsables en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3.

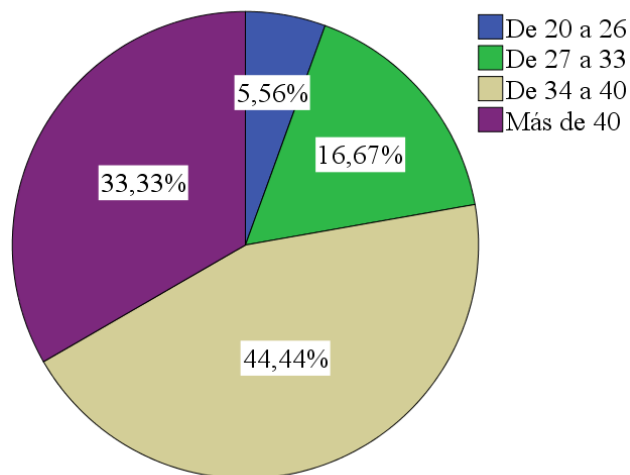
Pregunta 2. Edad del encuestado

Tabla 7. Frecuencia de encuestados según su edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 20 a 26	1	5,6	5,6	5,6
De 27 a 33	3	16,7	16,7	22,2
Válido De 34 a 40	8	44,4	44,4	66,7
Más de 40	6	33,3	33,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 9. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a su edad



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 7** y el **Gráfico 9**, notamos que un 6% de encuestados oscilan en una edad de entre 20 y 26 años, un 17% de 27 a 33 años, el 44% de 34 a 40 años y un 33% tienen más de cuarenta años. La mayoría de personal encuestado supera los 30 años de edad, clara muestra de que en esta área se desempeñan personas con la suficiente experiencia en el tema.

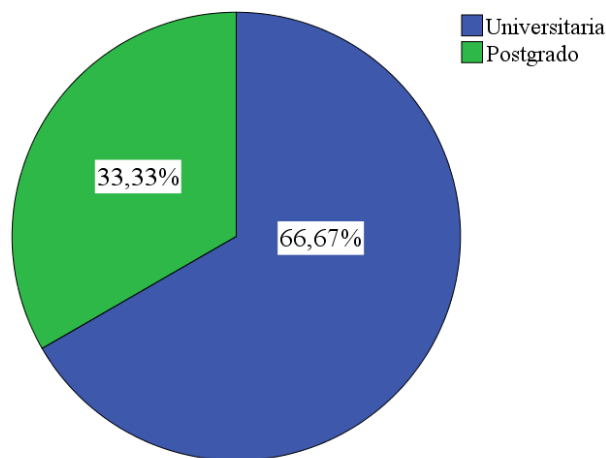
Pregunta 3. Nivel de estudios

Tabla 8. Frecuencia de encuestados según su nivel de estudios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Universitaria	12	66,7	66,7	66,7
Válido Postgrado	6	33,3	33,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 10. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a su nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 8** y el **Gráfico 10** encontramos que del total encuestado un 67% han concluido sus estudios universitarios, mientras que tan solo un 33% han realizado postgrados. Estos resultados corroboran lo anteriormente mencionado sobre la experiencia con que cuenta el personal, pues indican que poseen los conocimientos necesarios; entre los estudios con que cuentan podemos mencionar: Economía, Contabilidad y Auditoría, Relaciones Públicas, Ciencias Administrativas, Trabajo Social, Master en Calidad Total, Maestría en Seguridad, Salud y Ambiente, Especialización en Responsabilidad Social, entre otras.

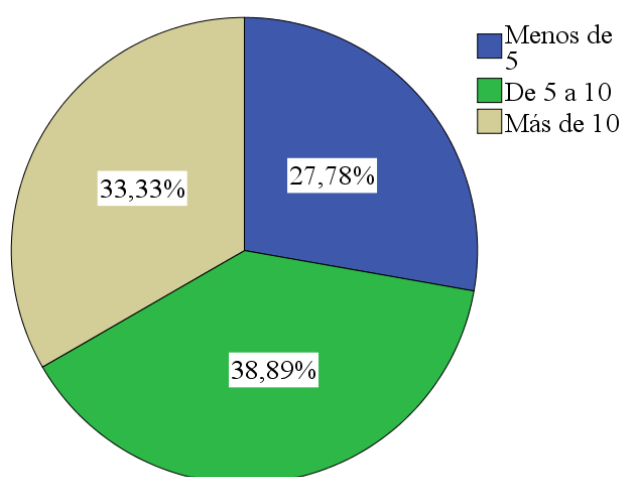
Pregunta 4. ¿Por cuánto tiempo colabora en la institución?

Tabla 9. Frecuencia de encuestados de acuerdo a su antigüedad en la institución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 5	5	27,8	27,8
	De 5 a 10	7	38,9	66,7
	Más de 10	6	33,3	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 11. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a su antigüedad en la institución



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Luego de observar la **Tabla 9** y el **Gráfico 11** notamos que 28% del personal encuestado labora menos de 5 años en estas instituciones, un 39% lo hace por más de 5 años pero menos de 10; y, un 33% ya labora en las Cooperativas por más de 10 años. Entre el personal encargado de lo referente al Balance Social vemos que existe cierto equilibrio en cuanto a la antigüedad que tienen en las cooperativas; pues se inmiscuyen en el mismo, tanto el personal más antiguo como el más reciente.

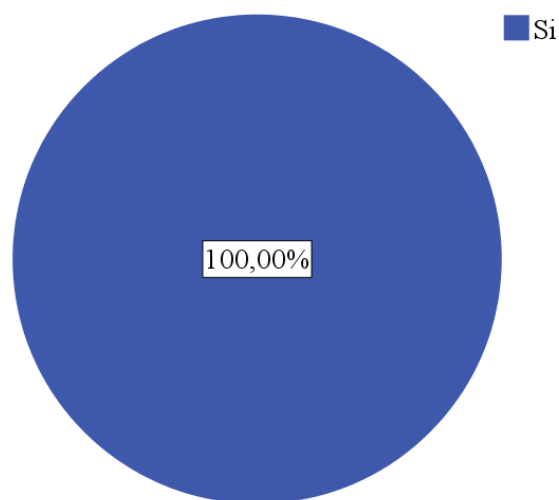
Pregunta 5. ¿Usted ha escuchado hablar de la Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 10. Frecuencia de encuestados que tienen conocimientos sobre Responsabilidad Social

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	18	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 12. Porcentaje de encuestados que tienen conocimientos sobre Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 10** y el **Gráfico 12** se puede apreciar que el 100% de los encuestados han escuchado hablar de Responsabilidad Social Empresarial. Queda claro que el tema de la Responsabilidad Social Empresarial está cobrando gran auge en nuestros días, por ello podemos asegurar que la gran mayoría de profesionales conocen del tema en estudio. Y dadas las exigencias actuales no solo a nivel nacional sino internacional; sobre la necesidad de que las instituciones sean socialmente responsables, es muy importante que esta temática sea del dominio de las Cooperativas.

La siguiente pregunta fue de respuesta abierta, por tanto se realiza un análisis cualitativo:

Pregunta 6. Según lo que usted sabe, se imagina o ha escuchado, defina brevemente a la Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 11. Compilación de respuestas obtenidas y análisis en base a la idea central

N°	RESPUESTA	IDEA CENTRAL
1	Responsabilidad de las instituciones con la comunidad, sociedad, ambiente, etc.	Responsabilidad con la comunidad, sociedad y ambiente
2	Conjunto de actividades enfocadas al eje social, económico y ambiental que busca el desarrollo de la institución.	Actividades de tipo social, económico y ambiental
3	Mejorar el accionar cotidiano en base al cumplimiento de la naturaleza y esencia cooperativista.	Cuidar la naturaleza y lo social
4	Ser recíproco con la comunidad.	Devolver a la comunidad lo recibido de ella
5	Cuidados que se deben tener respecto de la comunidad en general con los impactos ocasionados.	Impactos de la actividad económica en la comunidad
6	Compromiso moral que tiene la organización hacia sus socios, empleados y el medio ambiente.	Compromiso para los socios, empleados y medio ambiente
7	Es el manejo transversal de las instituciones con base a los tres ámbitos: social, económico y ambiental.	Cuidar ámbito social, económico y ambiental
8	Es un manejo organizacional que busca la generación de valor social, ambiental y económico.	Impulsar lo social, ambiental y económico
9	Gestión basada en los tres pilares fundamentales: social, ambiental y financiero.	Gestión en base a lo social, ambiental y financiero.
10	Además de cumplir con un objetivo económico la cooperativa debe considerar y ser responsable con actividades que afectan positiva o negativamente la calidad de vida de sus empleados, de la comunidad, proveedores y el medio ambiente.	Responsable con calidad de vida laboral, comunidad, proveedores y medio ambiente.
11	Es la ayuda a la colectividad que brinda una empresa o institución.	Ayuda a la comunidad
12	Compromiso voluntario de la empresa en colaborar para que exista una sociedad más justa y para proteger el medio ambiente.	Compromiso para con la sociedad y el medio ambiente
13	Es la forma como las instituciones se relacionan con otros actores de la sociedad para lograr el bien común.	Lograr el bien común con otros actores de la sociedad
14	Hacer lo que es correcto, honesto y ético en todas las actividades ya sea con empleados, socios, comunidad, medio ambiente.	Ético con empleados, socios, comunidad y ambiente

15	Implica mejorar la calidad de vida de sus empleados, la comunidad y el medio ambiente.	Mejor calidad de vida laboral y de la comunidad, medio ambiente
16	Desarrollar las actividades tomando en cuenta las preocupaciones sociales, económicas y medioambientales del entorno.	Tener en cuenta lo social, económico y medio ambiental
17	Actividades que se pueden hacer por la sociedad para resarcirla por el daño que las actividades de la empresa puedan causar.	Resarcir a la comunidad de los daños causados
18	Es ser responsable socialmente con los sectores o con los que se trabaja stakeholders.	Responsable con los stakeholders

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Análisis e Interpretación

Analizando lo expuesto en la **Tabla 11** concluimos que un 45% de los encuestados opinan en esencia que la Responsabilidad Social Empresarial abarca tres ámbitos: social, económico y medio ambiental; y que, la institución debe incluir en su gestión y actividades a estos actores. Un 33% la direcciona a los stakeholders y opina que es la responsabilidad de la Cooperativa para lograr el bien común. Y el 22% restante considera que la Responsabilidad Social Empresarial implica resarcir o devolver a la comunidad por los impactos de su actividad económica. Sus respuestas indican que tienen sólidos conocimientos sobre la temática pues analizando a varios autores coinciden en estos criterios.

Pregunta 7. Elija como máximo tres opciones que usted asocia con la Responsabilidad Social Empresarial.

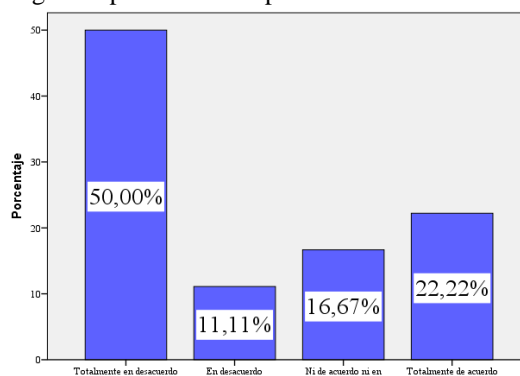
Opción 1. Está usted de acuerdo con que el factor mejoramiento de la imagen empresarial sea importante dentro de la Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 12. Frecuencia de encuestados que están de acuerdo con que el factor mejoramiento de la imagen empresarial es importante dentro de la RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	50,0	50,0	50,0
En desacuerdo	2	11,1	11,1	61,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	16,7	16,7	77,8
Totalmente de acuerdo	4	22,2	22,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 13. Porcentaje de encuestados que están de acuerdo con que el factor mejoramiento de la imagen empresarial es importante dentro de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 12** y el **Gráfico 13** notamos que un 50% de encuestados está totalmente en desacuerdo de que el factor mejoramiento de la imagen empresarial sea importante dentro del ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial; un 11% en desacuerdo; el 17% ni de acuerdo ni en desacuerdo; y, el 22% totalmente de acuerdo. Al examinar estos resultados, se puede concluir que un porcentaje considerable de personas encuestadas opina que el mejoramiento de la imagen empresarial no es el principal aspecto que se busca al ser socialmente responsable.

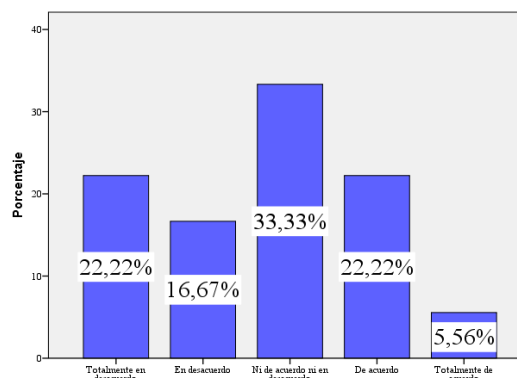
Opción 2. Está usted de acuerdo con que el factor ayuda a la comunidad sea importante dentro de la Responsabilidad Social.

Tabla 13. Frecuencia de encuestados que eligieron ayuda a la comunidad como el factor más importante dentro de la RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	4	22,2	22,2	22,2
En desacuerdo	3	16,7	16,7	38,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	33,3	33,3	72,2
De acuerdo	4	22,2	22,2	94,4
Totalmente de acuerdo	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 14. Porcentaje de encuestados que eligieron ayuda a la comunidad como el factor más importante dentro de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Luego de observar la **Tabla 13** y el **Gráfico 14** podemos mencionar que un 22% de encuestados muestra total desacuerdo en que el factor ayuda a la comunidad sea importante dentro del ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial; un 17% está en desacuerdo; el 33% ni de acuerdo ni en desacuerdo; un 22% indica estar de acuerdo y solo un 6% apoya esta idea al responder totalmente de acuerdo. Se puede apreciar que apoyo a la comunidad no es considerado un aspecto importante para ser socialmente responsables, esto probablemente se debe a que es un factor muy general y abarcador.

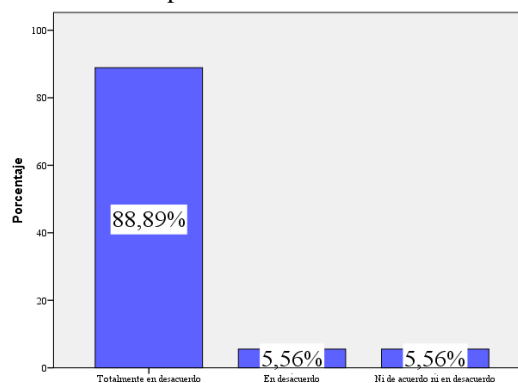
Opción 3. Está usted de acuerdo con que el factor disminución de impuestos sea importante dentro de la Responsabilidad Social.

Tabla 14. Frecuencia de encuestados que seleccionaron disminución de impuestos como el factor más importante dentro de la RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	88,9	88,9
	En desacuerdo	1	5,6	94,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 15. Porcentaje de encuestados que seleccionaron disminución de impuestos como el factor más importante dentro de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

En la **Tabla 14** y el **Gráfico 15** se indica que el 89% de encuestados está en total desacuerdo con el hecho de que el ser socialmente responsables este asociado con la disminución de impuestos, un 5,5% en desacuerdo; y, el 5,5% restante ni de acuerdo ni en desacuerdo. Sus respuestas son apropiadas pues una empresa no debería ver al cumplimiento de su Responsabilidad Social Empresarial como un mecanismo para reducir impuestos.

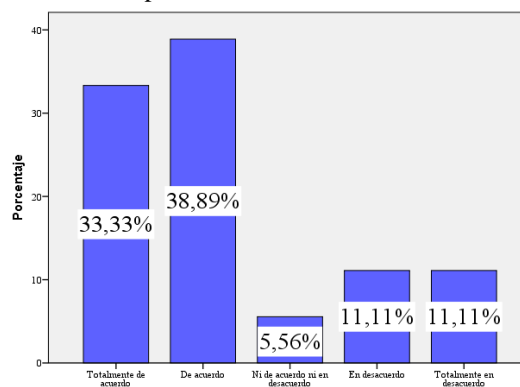
Opción 4. Está usted de acuerdo con que el factor calidad de vida laboral sea importante dentro de la Responsabilidad Social.

Tabla 15. Frecuencia de encuestados que mencionan a la calidad de vida laboral como el factor más importante dentro de la RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	6	33,3	33,3	33,3
De acuerdo	7	38,9	38,9	72,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,6	5,6	77,8
En desacuerdo	2	11,1	11,1	88,9
Totalmente en desacuerdo	2	11,1	11,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 16. Porcentaje de encuestados que mencionan a la calidad de vida laboral como el factor más importante dentro de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 15** y el **Gráfico 16** se percibe que con respecto a que calidad de vida laboral sea un aspecto importante dentro de la Responsabilidad Social Empresarial, existe un 33% en total acuerdo; un 39% de acuerdo; un 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo y con un 11% tanto los que están en desacuerdo como los que están totalmente en desacuerdo. Un gran porcentaje muestra su conformidad con que calidad de vida laboral sea parte de ser socialmente responsables y están en lo cierto, ya que, la Responsabilidad Social debe enfocarse primordialmente en los stakeholders entre ellos los empleados.

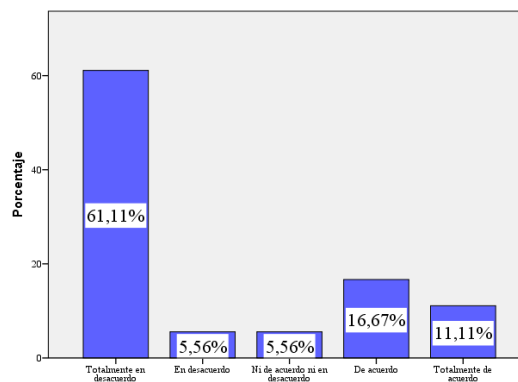
Opción 5. Está usted de acuerdo con que el factor cumplimiento de la ley sea importante dentro de la Responsabilidad Social.

Tabla 16. Frecuencia de encuestados que aceptaron cumplimiento de la ley como el factor más importante dentro de la RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	61,1	61,1	61,1
En desacuerdo	1	5,6	5,6	66,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,6	5,6	72,2
De acuerdo	3	16,7	16,7	88,9
Totalmente de acuerdo	2	11,1	11,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 17. Porcentaje de encuestados que aceptaron cumplimiento de la ley como el factor más importante dentro de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Analizando la **Tabla 16** y el **Gráfico 17** apreciamos que un 61% muestra total desacuerdo con que solo se lleven a cabo actividades en Responsabilidad Social Empresarial para cumplir la ley; un 5,5% en desacuerdo; otro 5,5% ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 17% de acuerdo y el 11% restante en total acuerdo. Esto muestra que las Cooperativas están empezando a asumir una cultura socialmente responsable, pues no cumplen con esta solo por las leyes que así lo exigen sino porque comprenden su importancia.

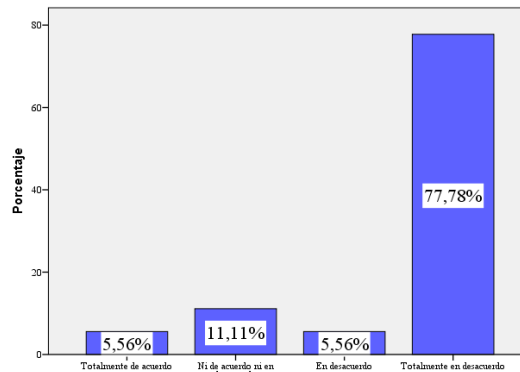
Opción 6. Está usted de acuerdo con que el factor hacerse cargo de los problemas de la sociedad sea importante dentro de la Responsabilidad Social.

Tabla 17. Frecuencia de encuestados que eligieron hacerse cargo de los problemas de la sociedad como el factor más importante dentro de la RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	1	5,6	5,6	5,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	11,1	11,1	16,7
En desacuerdo	1	5,6	5,6	22,2
Totalmente en desacuerdo	14	77,8	77,8	100,0
Válido Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 18. Porcentaje de encuestados que eligieron hacerse cargo de los problemas de la sociedad como el factor más importante dentro de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 17** y el **Gráfico 18** notamos que un 5,5% está totalmente de acuerdo con que la Responsabilidad Social Empresarial este orientada a hacerse cargo de los problemas de la sociedad; un 11% ni de acuerdo ni en desacuerdo; un 5,5% en desacuerdo y el 78% menciona un total desacuerdo. La mayoría de encuestados refiere su desconformidad; con que hacerse cargo de los problemas de la sociedad se incluya en ser socialmente responsables, y tienen razón pues aunque la institución debe dirigir sus acciones a favor de la sociedad en general, eso no implica tener que resolver cada uno de sus problemas.

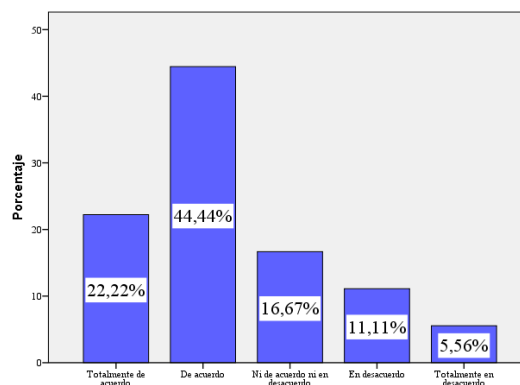
Opción 7. Está usted de acuerdo con que el factor cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive sea importante dentro de la Responsabilidad Social.

Tabla 18. Frecuencia de encuestados que optaron por cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive como el factor más importante dentro de la RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	4	22,2	22,2	22,2
De acuerdo	8	44,4	44,4	66,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	16,7	16,7	83,3
En desacuerdo	2	11,1	11,1	94,4
Totalmente en desacuerdo	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 19. Porcentaje de encuestados que optaron por cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive como el factor más importante dentro de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

En la **Tabla 18** y el **Gráfico 19** vemos un 22% de encuestados totalmente de acuerdo con que cuidar el medio ambiente es un aspecto importante dentro de la Responsabilidad Social Empresarial; un 44% de acuerdo; el 17% ni de acuerdo ni en desacuerdo; un 11% en desacuerdo y un 6% totalmente en desacuerdo. Estos resultados muestran claramente que cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive es considerado una de las finalidades más importantes que busca la Responsabilidad Social Empresarial.

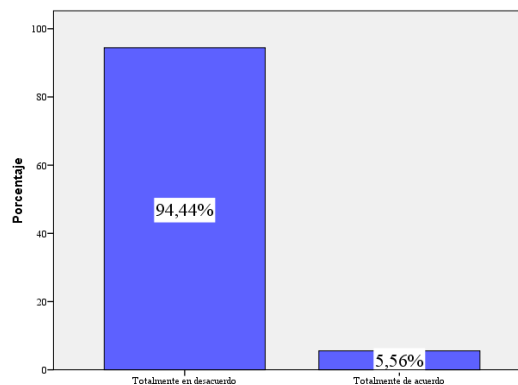
Opción 8. Está usted de acuerdo con que otro factor sea importante dentro de la Responsabilidad Social.

Tabla 19. Frecuencia de encuestados que opinan que otro factor es más importante dentro de la RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	17	94,4	94,4	94,4
Válido Totalmente de acuerdo	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 20. Porcentaje de encuestados que opinan que otro factor es más importante dentro de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Observando la **Tabla 19** y el **Gráfico 20** notamos que un 94% de profesionales están totalmente en desacuerdo con que haya otro factor más importante dentro de la Responsabilidad Social Empresarial; y, un 6% está totalmente de acuerdo. Entre los factores importantes relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial que los encuestados mencionan cabe citar al desarrollo económico.

Pregunta 8. Desde su perspectiva, ¿en qué grupos de personas (stakeholders) debería enfocarse principalmente la Responsabilidad Social Empresarial?

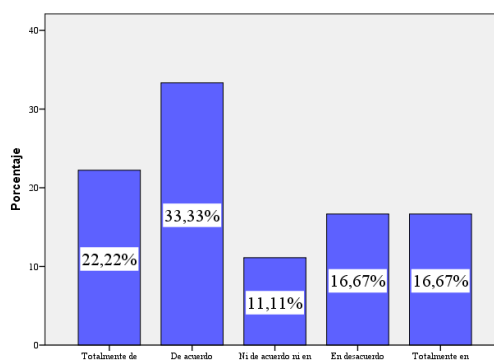
Stakeholders 1. Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial debe enfocarse principalmente en el stakeholder comunidad.

Tabla 20. Frecuencia de encuestados que consideran que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	4	22,2	22,2	22,2
De acuerdo	6	33,3	33,3	55,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	11,1	11,1	66,7
En desacuerdo	3	16,7	16,7	83,3
Totalmente en desacuerdo	3	16,7	16,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 21. Porcentaje de encuestados que consideran que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder comunidad



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 20** y el **Gráfico 21** notamos que un 22% de encuestados están totalmente de acuerdo que la Responsabilidad Social Empresarial debe enfocarse principalmente en el stakeholder comunidad, el 33% están de acuerdo, un 11% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 17% está en desacuerdo y el otro 17% está totalmente en desacuerdo. Se puede concluir entonces que el stakeholder comunidad sí es uno de los grupos de interés principales en que deben las instituciones enfocar su Responsabilidad Social Empresarial.

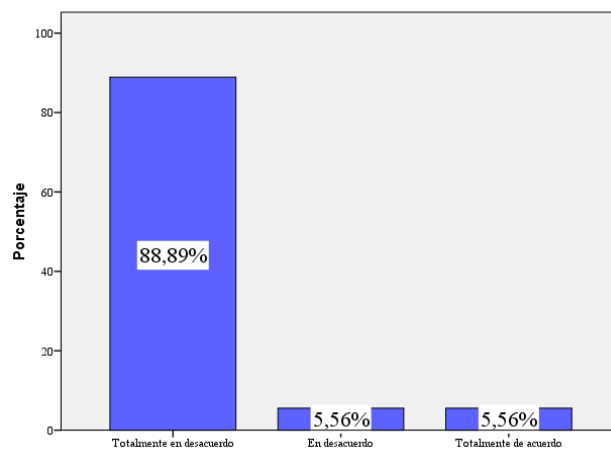
Stakeholders 2. Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial debe enfocarse principalmente en el stakeholder directivos.

Tabla 21. Frecuencia de encuestados que consideran que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder directivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	88,9	88,9
	En desacuerdo	1	5,6	94,4
	Totalmente de acuerdo	1	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 22. Porcentaje de encuestados que consideran que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder directivos



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

En la **Tabla 21** y el **Gráfico 22** se evidencia que un 89% de encuestados están totalmente en desacuerdo de considerar a los directivos como el stakeholders más importante dentro de la Responsabilidad Social Empresarial, un 5,5% está en desacuerdo y solamente un 5,5% está totalmente de acuerdo. Estos datos indican claramente que directivos no es el stakeholders que debe ser considerado principal, pues existen otros aún más importantes.

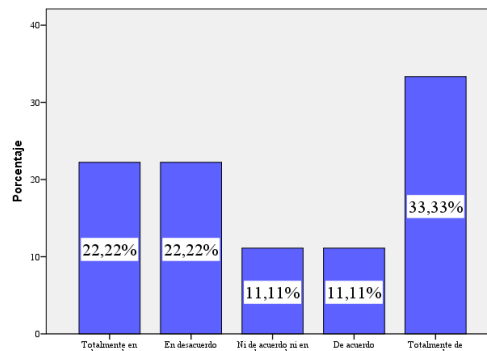
Stakeholders 3. Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial debe enfocarse principalmente en el stakeholder socios-inversionistas.

Tabla 22. Frecuencia de encuestados que opinan que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder socios - inversionistas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	22,2	22,2	22,2
En desacuerdo	4	22,2	22,2	44,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	11,1	11,1	55,6
De acuerdo	2	11,1	11,1	66,7
Totalmente de acuerdo	6	33,3	33,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 23. Porcentaje de encuestados que opinan que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder socios - inversionistas



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Por otro lado, en la **Tabla 22** y el **Gráfico 23** se observa lo que opinan los encuestados respecto de que el aspecto socios-inversionistas sea considerado como el stakeholder principal dentro de la Responsabilidad Social Empresarial, un 22% está totalmente en desacuerdo, en el mismo porcentaje se contabilizan quienes están en desacuerdo, con un 11% se encuentran tanto los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo como los que están de acuerdo; y, un 34% está totalmente de acuerdo. Estas estadísticas demuestran una marcada diferencia de opinión al respecto, pero sí existe un porcentaje considerable que elige este stakeholder como uno de los principales, dado que son los socios-inversionistas quienes dan vida a las instituciones cooperativas.

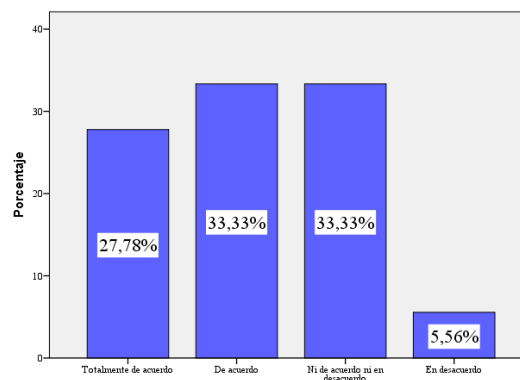
Stakeholders 4. Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial debe enfocarse principalmente en el stakeholder medio ambiente.

Tabla 23. Frecuencia de encuestados que están de acuerdo que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder medio ambiente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	5	27,8	27,8	27,8
De acuerdo	6	33,3	33,3	61,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	33,3	33,3	94,4
En desacuerdo	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 24. Porcentaje de encuestados que están de acuerdo que la RSE debe enfocarse principalmente en el stakeholder medio ambiente



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 23** y el **Gráfico 24** se puede apreciar que un 28% de encuestados está totalmente de acuerdo en que el medio ambiente sea el stakeholder principal en que debe enfocarse la Responsabilidad Social Empresarial, un 33% está de acuerdo, un 33% indica que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 6% dice estar en desacuerdo. Esta información muestra que las Cooperativas si tienen los conocimientos necesarios en el tema en estudio pues este aspecto medio ambiente es uno de los más importantes para ser socialmente responsable.

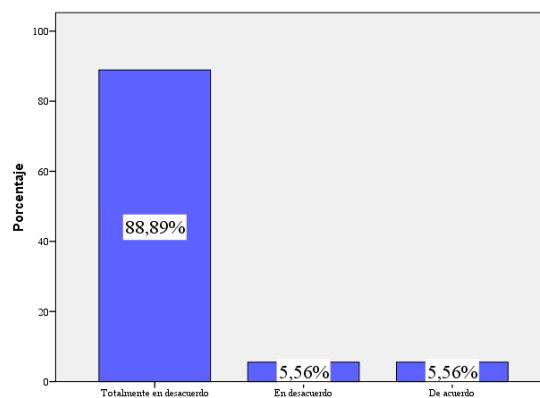
Stakeholders 5. Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial debe enfocarse principalmente en el stakeholder gobierno.

Tabla 24. Frecuencia de encuestados que aceptan que gobierno sea el stakeholder principal en que debe enfocarse la RSE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	88,9	88,9	88,9
	En desacuerdo	1	5,6	5,6	94,4
	De acuerdo	1	5,6	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 25. Porcentaje de encuestados que aceptan que gobierno sea el stakeholder principal en que debe enfocarse la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

La **Tabla 24** y el **Gráfico 25** revelan que el 89% de encuestados están totalmente en desacuerdo de que el gobierno sea el stakeholder principal en que debe enfocarse la Responsabilidad Social Empresarial, un 5,5% está en desacuerdo y otro 5,5% está de acuerdo. Su concepción es idónea; pues aunque es el gobierno quien pide de las empresas que sean socialmente responsables, se evidencia que las Cooperativas no cumplen con ella solo porque así lo exige la normativa vigente; sino, porque reconocen la importancia de la misma.

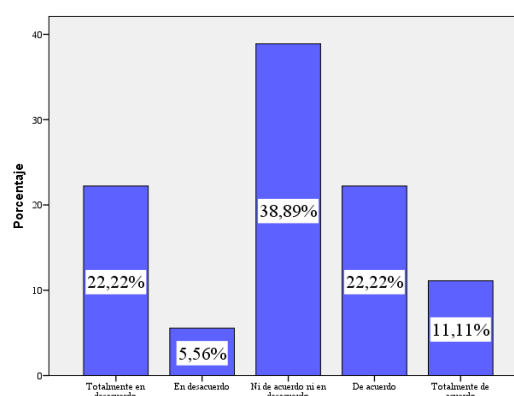
Stakeholders 6. Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial debe enfocarse principalmente en el stakeholder empleados.

Tabla 25. Frecuencia de encuestados que eligen empleados como el stakeholder principal en que debe enfocarse la RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	22,2	22,2	22,2
En desacuerdo	1	5,6	5,6	27,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	38,9	38,9	66,7
De acuerdo	4	22,2	22,2	88,9
Totalmente de acuerdo	2	11,1	11,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 26. Porcentaje de encuestados que eligen empleados como el stakeholder principal en que debe enfocarse la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 25** y el **Gráfico 26** se puede apreciar que un 22% de los encuestados mencionan estar totalmente en desacuerdo con que los empleados sean considerados el stakeholder principal en que debe enfocarse la Responsabilidad Social Empresarial, un 6% están en desacuerdo, mientras que un 39% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo; por otro lado hay un 22% que está de acuerdo y un 11% que está totalmente de acuerdo. Se observa una diferencia considerable de opinión; sin embargo, es vital que dentro de las instituciones socialmente responsables se tome en cuenta a los empleados y sus familias como stakeholder principal.

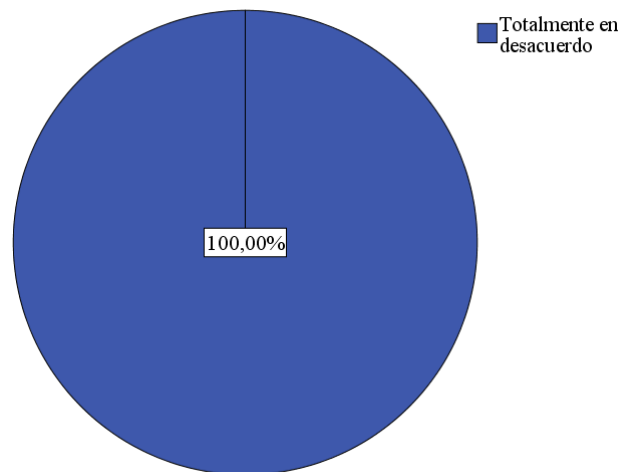
Stakeholders 7. Considera usted que la Responsabilidad Social Empresarial debe enfocarse principalmente en el stakeholder otro.

Tabla 26. Frecuencia de encuestados que están de acuerdo que la RSE debe enfocarse principalmente en otro stakeholder

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	18	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 27. Porcentaje de encuestados que están de acuerdo que la RSE debe enfocarse principalmente en otro stakeholder



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Observando la **Tabla 26** y el **Gráfico 27** se puede percibir que el 100% de encuestados están en desacuerdo de enfocar la Responsabilidad Social Empresarial principalmente en otro stakeholder diferente a los ya mencionados. Su conocimiento sobre los stakeholders demuestra que las instituciones en que ellos se desenvuelve se están esforzando por crear una cultura socialmente responsable; y a juzgar, por los resultados observados, notamos que lo están logrando. Claro una opción factible sería enfocar la Responsabilidad Social Empresarial en fundaciones de ayuda social.

Pregunta 9. De las actividades mencionadas a continuación ¿cuáles considera que deberían practicar las empresas para ser socialmente responsables?

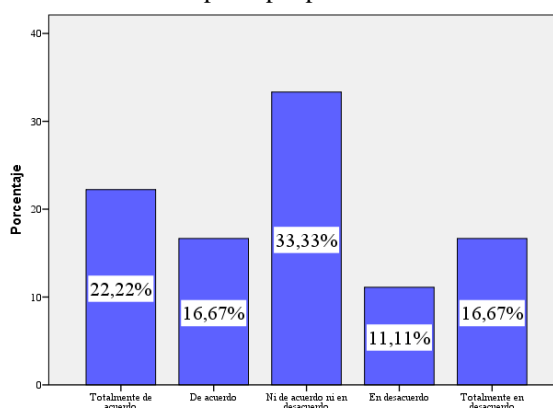
Actividad 1. Estima usted al hecho de no dañar la naturaleza, no contaminar como una actividad importante para ser socialmente responsables.

Tabla 27. Frecuencia de encuestados que opinan que el hecho de no dañar la naturaleza, no contaminar es una actividad principal para ser socialmente responsables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	4	22,2	22,2	22,2
De acuerdo	3	16,7	16,7	38,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	33,3	33,3	72,2
En desacuerdo	2	11,1	11,1	83,3
Totalmente en desacuerdo	3	16,7	16,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 28. Porcentaje de encuestados que opinan que el hecho de no dañar la naturaleza, no contaminar es una actividad principal para ser socialmente responsables



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 27** y el **Gráfico 28** se puede apreciar que un 22% de encuestados demuestran estar totalmente de acuerdo con que no dañar la naturaleza, no contaminar sea una actividad principal para ser socialmente responsable. Un 17% está de acuerdo, un 33% manifiesta no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 11% menciona estar en desacuerdo y el 17% restante está totalmente en desacuerdo. Analizando esta información vemos que existe un sesgo considerable entre las opiniones emitidas, pero es un porcentaje considerable el que apoya que no dañar la naturaleza, no contaminar es una de las actividades importantes a desarrollar.

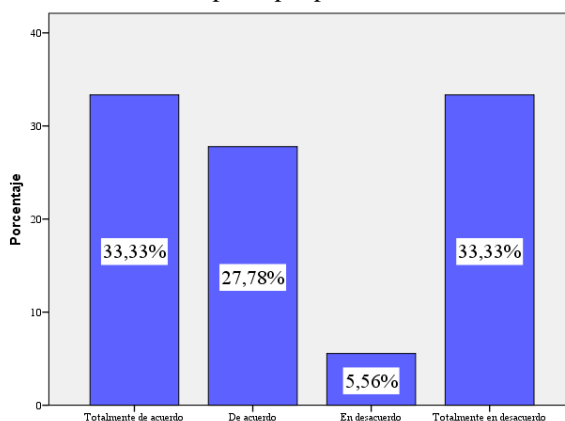
Actividad 2. Estima usted al hecho de realizar proyectos de ayuda comunitaria como una actividad importante para ser socialmente responsable.

Tabla 28. Frecuencia de encuestados que opinan que el hecho de realizar proyectos de ayuda comunitaria es una actividad principal para ser socialmente responsables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	6	33,3	33,3	33,3
De acuerdo	5	27,8	27,8	61,1
Válido En desacuerdo	1	5,6	5,6	66,7
Totalmente en desacuerdo	6	33,3	33,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 29. Porcentaje de encuestados que opinan que el hecho de realizar proyectos de ayuda comunitaria es una actividad principal para ser socialmente responsables



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Analizando la **Tabla 28** y el **Gráfico 29** se concluye que un 33% de encuestados están totalmente de acuerdo con el hecho de que realizar proyectos de ayuda comunitaria debe ser una actividad principal en las instituciones socialmente responsables; un 28% está de acuerdo; un 6% se muestra en desacuerdo y el 33% restante dice estar totalmente en desacuerdo. Realmente hay opiniones muy variadas al respecto, pero considerando la investigación realizada diremos que esta sí debería ser una actividad principal.

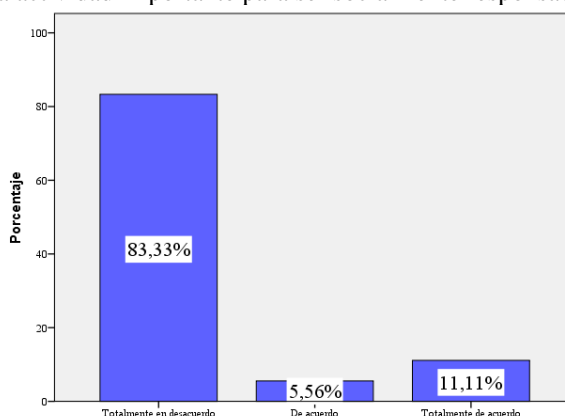
Actividad 3. Estima usted al hecho de generar mayores utilidades como una actividad importante para ser socialmente responsables.

Tabla 29. Frecuencia de encuestados que consideran al hecho de generar mayores utilidades como una actividad importante para ser socialmente responsables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	83,3	83,3
	De acuerdo	1	5,6	88,9
	Totalmente de acuerdo	2	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 30. Porcentaje de encuestados que consideran al hecho de generar mayores utilidades como una actividad importante para ser socialmente responsables



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Observando la **Tabla 29** y el **Gráfico 30** se logra determinar que un 83% de la población está totalmente en desacuerdo respecto de que el hecho de que generar mayores utilidades sea una actividad importante para ser socialmente responsables, tan solo un 6% está de acuerdo; y, un 11% totalmente de acuerdo. Es alentador ver que la mayoría de instituciones tienen claro este punto; de que el hecho de generar mayores utilidades (rubros económicos), no es una actividad importante dentro de la Responsabilidad Social Empresarial.

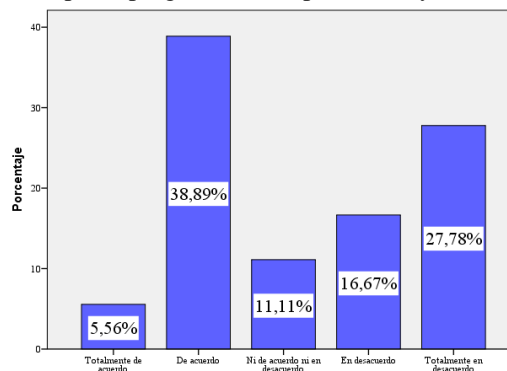
Actividad 4. Estima usted al hecho de impartir programas de capacitación y motivación continua al personal como una actividad importante para ser socialmente responsables.

Tabla 30. Frecuencia de encuestados que califican como una actividad importante para ser socialmente responsables a impartir programas de capacitación y motivación continua al personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	1	5,6	5,6	5,6
De acuerdo	7	38,9	38,9	44,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	11,1	11,1	55,6
En desacuerdo	3	16,7	16,7	72,2
Totalmente en desacuerdo	5	27,8	27,8	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 31. Porcentaje de encuestados que califican como una actividad importante para ser socialmente responsables a impartir programas de capacitación y motivación continua al personal



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 30** y el **Gráfico 31** se puede apreciar que un 5% de encuestados está totalmente de acuerdo en que impartir programas de capacitación y motivación continua al personal sea una actividad importante para ser socialmente responsables; un 39% está de acuerdo, un 11% manifiesta que no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 17% se muestra en desacuerdo y un 28% totalmente en desacuerdo. Un porcentaje considerable apoya esta actividad como principal; y tienen razón, pues las empresas deben direccionar su Responsabilidad Social Empresarial hacia sus empleados y una manera de hacerlo es brindándoles capacitación.

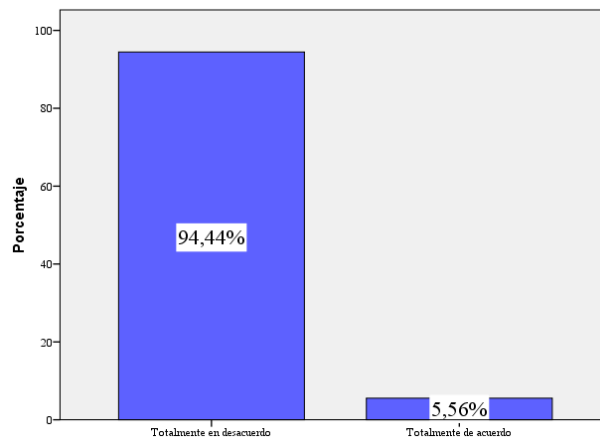
Actividad 5. Estima usted al hecho de preocuparse más por sí mismo que por la sociedad como una actividad importante para ser socialmente responsables.

Tabla 31. Frecuencia de encuestados que consideran que preocuparse más por sí mismo que por la sociedad es una actividad importante para ser socialmente responsables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	17	94,4	94,4	94,4
Válido Totalmente de acuerdo	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 32. Porcentaje de encuestados que consideran que preocuparse más por sí mismo que por la sociedad es una actividad importante para ser socialmente responsables



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

La **Tabla 31** y el **Gráfico 32** indican que el 94% de encuestados se muestran totalmente en desacuerdo con el hecho de que preocuparse más por sí mismo que por la sociedad sea una actividad importante; y, el 6% restante dice estar en desacuerdo. Sus respuestas son muestra de que tiene la idea básica de lo que significa ser socialmente responsables, pues conocen que lo más importante no es satisfacer sus propias necesidades, sino las del entorno que les rodea.

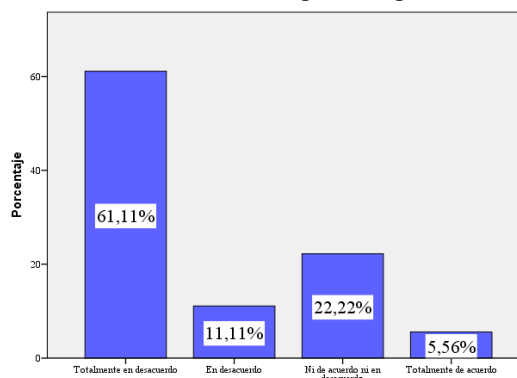
Actividad 6. Estima usted al hecho de brindar equidad de género en todos los niveles de la organización como una actividad importante para ser socialmente responsables.

Tabla 32. Frecuencia de encuestados que opinan que el hecho de brindar equidad de género en todos los niveles de la organización es una actividad importante para ser socialmente responsables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	61,1	61,1	61,1
En desacuerdo	2	11,1	11,1	72,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	22,2	22,2	94,4
Totalmente de acuerdo	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 33. Porcentaje de encuestados que opinan que el hecho de brindar equidad de género en todos los niveles de la organización es una actividad importante para ser socialmente responsables



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 32** y el **Gráfico 33** se puede apreciar que un 61% de la población encuestada está totalmente en desacuerdo con que el hecho de brindar equidad de género en todos los niveles de la organización sea una actividad importante para ser socialmente responsables; hay, un 11% que indica estar en desacuerdo; un 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo; y, un 6% solamente está totalmente de acuerdo. Aunque un stakeholder principal en que debe enfocarse la Responsabilidad Social Empresarial son los empleados, los resultados indican que brindarles equidad de género, no es la mejor actividad para ayudarlos.

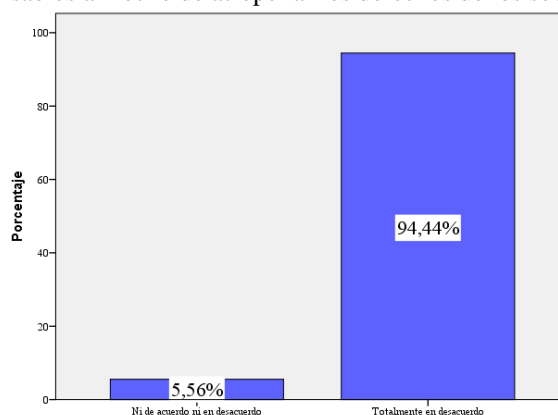
Actividad 7. Estima usted al hecho de atropellar los derechos de los socios - inversionistas como una actividad importante para ser socialmente responsables.

Tabla 33. Frecuencia de encuestados que califican como una actividad importante para ser socialmente responsables al hecho de atropellar los derechos de los socios - inversionistas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,6	5,6	5,6
Válido Totalmente en desacuerdo	17	94,4	94,4	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 34. Porcentaje de encuestados que califican como una actividad importante para ser socialmente responsables al hecho de atropellar los derechos de los socios - inversionistas



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Luego de observar la **Tabla 33** y el **Gráfico 34** vemos lo acertadas de las respuestas de la mayoría de la población encuestada; pues, un 94% está totalmente en desacuerdo con que el hecho de atropellar los derechos de los socios – inversionistas sea una actividad importante para ser socialmente responsables; y, tan solo un 6% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Decimos que sus respuestas son las apropiadas porque la Responsabilidad Social Empresarial lo que busca es cuidar de los socios – inversionistas; más no, atropellarlos.

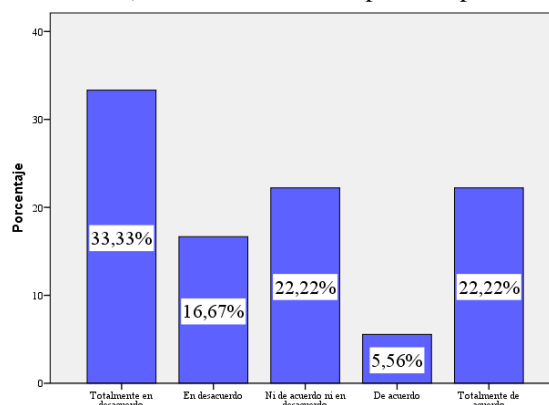
Actividad 8. Estima usted al hecho de comprometerse con la sociedad (inversión de excedentes) como una actividad importante para ser socialmente responsables.

Tabla 34. Frecuencia de encuestados que están de acuerdo con que el hecho de comprometerse con la sociedad (inversión de excedentes) sea una actividad importante para ser socialmente responsables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	33,3	33,3	33,3
En desacuerdo	3	16,7	16,7	50,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	22,2	22,2	72,2
De acuerdo	1	5,6	5,6	77,8
Totalmente de acuerdo	4	22,2	22,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 35. Porcentaje de encuestados que están de acuerdo con que el hecho de comprometerse con la sociedad (inversión de excedentes) sea una actividad importante para ser socialmente responsables



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Una vez que hemos observado la **Tabla 33** y el **Gráfico 34** concluimos que respecto al hecho de que comprometerse con la sociedad (inversión de excedentes) sea una actividad importante para ser socialmente responsables, un 33% demuestra estar totalmente en desacuerdo, un 17% en desacuerdo, un 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 6% de acuerdo y el 22% restante está totalmente de acuerdo. Existe gran discrepancia entre las respuestas mencionadas, esto podría deberse a lo que cada uno entienda como inversión de excedentes.

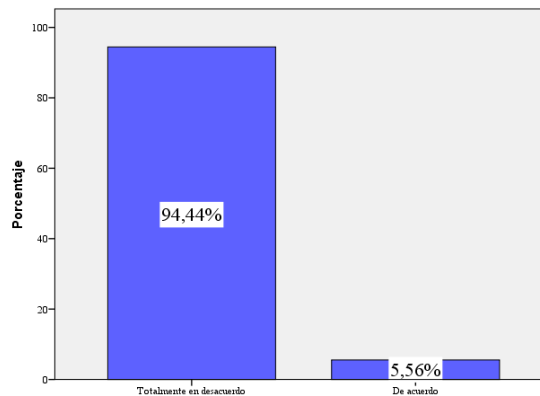
Actividad 9. Estima usted a otra como una actividad importante para ser socialmente responsables.

Tabla 35. Frecuencia de encuestados que eligen otra como una actividad importante para ser socialmente responsables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	17	94,4	94,4
	De acuerdo	1	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 36. Porcentaje de encuestados que eligen otra como una actividad importante para ser socialmente responsables



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

La **Tabla 35** y el **Gráfico 36** indican que la gran mayoría de profesionales encuestados (94%) no mencionan ninguna otra actividad que pueda ser considerada importante para ser socialmente responsables; y, tan solo un 6% está de acuerdo en que otra actividad pueda ser considerada importante. Entre estas actividades se menciona a la rendición de cuentas; es decir, a informar a los stakeholders de las acciones realizadas como parte de la gestión de la Cooperativa.

Pregunta 10. ¿Cómo cree usted que la gente se da cuenta si una empresa es o no socialmente responsable?

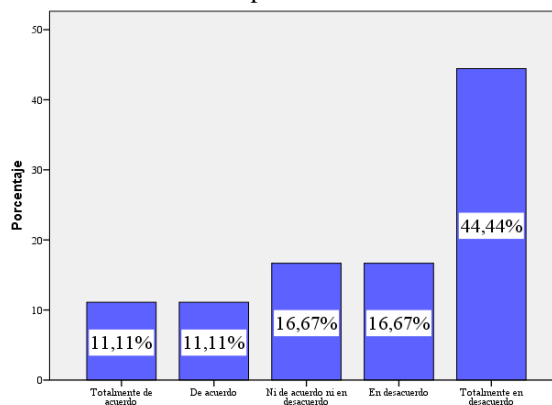
Opinión 1. Diría usted que el buen producto, servicio, atención; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 36. Frecuencia de encuestados que señalan al buen producto, servicio, atención; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	2	11,1	11,1	11,1
De acuerdo	2	11,1	11,1	22,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	16,7	16,7	38,9
En desacuerdo	3	16,7	16,7	55,6
Totalmente en desacuerdo	8	44,4	44,4	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 37. Porcentaje de encuestados que señalan al buen producto, servicio, atención; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 36** y el **Gráfico 37** se puede apreciar que respecto de que el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable sea el buen producto, servicio, atención; un 11% de la población en estudio indica estar totalmente de acuerdo; un 11% de acuerdo, un 17% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 17% en desacuerdo; y, un gran porcentaje de ellos, un 44% está totalmente en desacuerdo. Así concluimos que ofrecer un buen producto,

servicio y atención no es un determinante para que la sociedad califique a la Cooperativa como socialmente responsable.

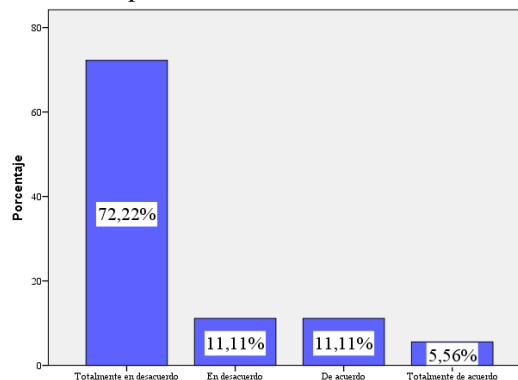
Opinión 2. Diría usted que el trato de los empleados; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 37. Frecuencia de encuestados que señalan al trato de los empleados; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	13	72,2	72,2	72,2
En desacuerdo	2	11,1	11,1	83,3
Válido De acuerdo	2	11,1	11,1	94,4
Totalmente de acuerdo	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 38. Porcentaje de encuestados que señalan al trato de los empleados; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Observando la **Tabla 37** y el **Gráfico 38** percibimos que el 72% está totalmente en desacuerdo con que el trato de los empleados sea el aspecto más importante que evalúa la sociedad para determinar si una empresa cumple con la Responsabilidad Social Empresarial, con un 11% hallamos a aquellos que están en desacuerdo y de acuerdo; y, con un 6% los que están totalmente de acuerdo. Este factor, el trato de los empleados no es en opinión de los encuestados importante para que la gente califique a la Cooperativa como socialmente responsable.

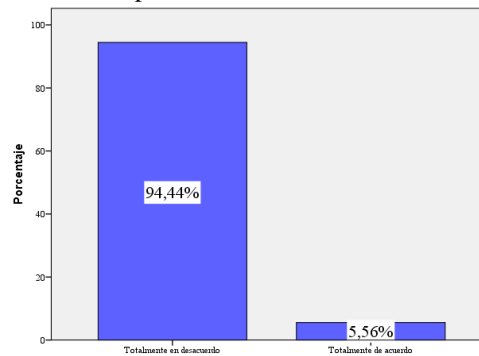
Opinión 3. Diría usted que transmitir información en los medios de comunicación; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 38. Frecuencia de encuestados que señalan a los medios de comunicación; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	17	94,4	94,4	94,4
Válido Totalmente de acuerdo	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 39. Porcentaje de encuestados que señalan a los medios de comunicación; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 38** y el **Gráfico 39** notamos que el 94% de profesionales encuestados se hallan totalmente en desacuerdo respecto de que la información que emiten los medios de comunicación es uno de los aspectos principales que la sociedad tiene en cuenta a la hora de definir si una empresa es socialmente responsable o no; y, un porcentaje mínimo del 6% indica estar totalmente de acuerdo. Y es que, aunque los medios de comunicación informen positivamente sobre las actividades que desarrollan las Cooperativas en lo social, lo que ayuda a las personas a hacerse una idea sobre la Responsabilidad Social de las empresas es lo que ellos ven con sus propios ojos.

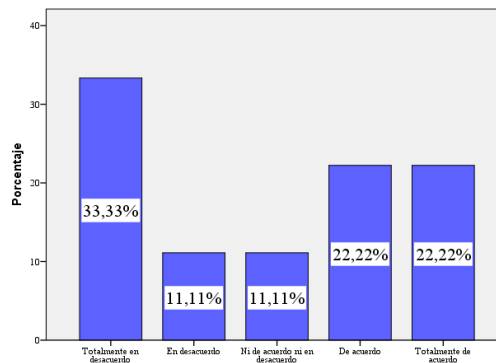
Opinión 4. Diría usted que la satisfacción de los clientes; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 39. Frecuencia de encuestados que afirman que la satisfacción de los clientes; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	33,3	33,3	33,3
En desacuerdo	2	11,1	11,1	44,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	11,1	11,1	55,6
De acuerdo	4	22,2	22,2	77,8
Totalmente de acuerdo	4	22,2	22,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 40. Porcentaje de encuestados que afirman que la satisfacción de los clientes; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

La **Tabla 39** y el **Gráfico 40** muestran que hay un 33% de encuestados totalmente en desacuerdo con que el factor satisfacción de los clientes sea el aspecto más importante que evalúa la sociedad para decidir si la institución es socialmente responsable o no; un 11% indica sentirse en desacuerdo; con el mismo porcentaje 11% hallamos a quienes responden ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 22% está de acuerdo y el 22% restante totalmente de acuerdo. Para varios encuestados, la satisfacción a los clientes sí es un aspecto que debería ser evaluado por la sociedad para determinar si la institución es socialmente responsable; y, su opinión es razonable, ya que son los clientes parte fundamental del ser de la institución.

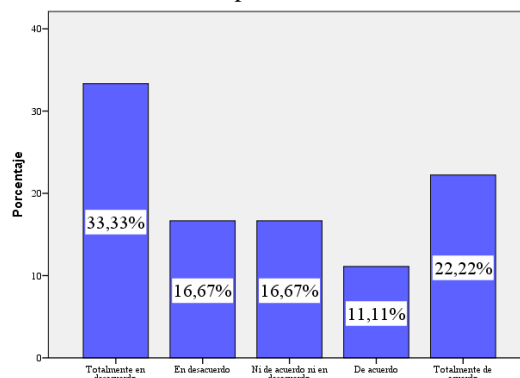
Opinión 5. Diría usted que el aporte a la comunidad - prestigio; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 40. Frecuencia de encuestados que señalan el aporte a la comunidad - prestigio; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	33,3	33,3	33,3
En desacuerdo	3	16,7	16,7	50,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	16,7	16,7	66,7
De acuerdo	2	11,1	11,1	77,8
Totalmente de acuerdo	4	22,2	22,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 41. Porcentaje de encuestados que señalan el aporte a la comunidad - prestigio; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

En la **Tabla 40** y el **Gráfico 41** observamos que respecto a que el aporte a la comunidad – prestigio sea el aspecto más importante que evalúa la sociedad para decidir si la Cooperativa es socialmente responsable, un 33% se muestra totalmente en desacuerdo, un 17% en desacuerdo, un 17% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 11% de acuerdo y el 22% restante totalmente de acuerdo. Aunque las opiniones emitidas son variadas se nota que hasta cierto punto el realizar aportes a la comunidad influye en la opinión que se hacen sobre la Responsabilidad Social de la empresa.

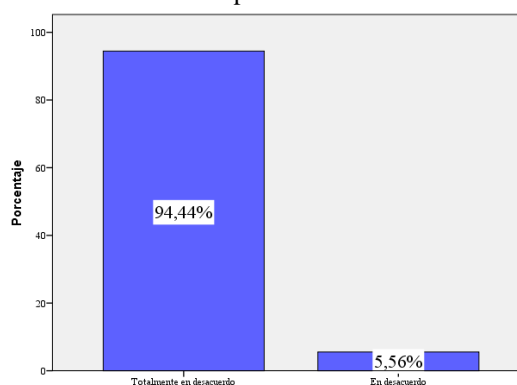
Opinión 6. Diría usted que la cantidad de socios - inversionistas; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 41. Frecuencia de encuestados que ven a la cantidad de socios - inversionistas; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	17	94,4	94,4
	En desacuerdo	1	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 42. Porcentaje de encuestados que ven a la cantidad de socios - inversionistas; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

La información recogida en la **Tabla 41** y el **Gráfico 42** evidencia que el 94% de la población en estudio refleja su total desacuerdo con el punto de vista de quienes consideran que la cantidad de socios – inversionistas es el aspecto más importante que la sociedad evalúa a la hora de decidir si la institución es socialmente responsable, y el 6% restante responde en desacuerdo. Sus respuestas tan homogéneas indican que realmente la cantidad de socios – inversionistas con que cuentan las Cooperativas no es un determinante de que sean socialmente responsables.

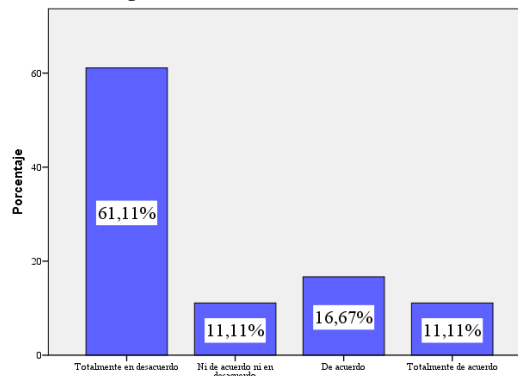
Opinión 7. Diría usted que el factor cumplen lo que prometen; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 42. Frecuencia de encuestados que señalan a cumplen lo que prometen; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	61,1	61,1	61,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	11,1	11,1	72,2
De acuerdo	3	16,7	16,7	88,9
Totalmente de acuerdo	2	11,1	11,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 43. Porcentaje de encuestados que señalan a cumplen lo que prometen; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 42** y el **Gráfico 43** vemos que el 61% muestra un total desacuerdo con considerar que cumplir lo que se promete sea un aspecto importante que evalúa la sociedad para determinar si la institución es socialmente responsable; un 11% dice que no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 17% en cambio está de acuerdo y el 11% totalmente de acuerdo. Aunque un pequeño porcentaje de encuestados opina que cumplir con lo que se promete ayuda a la imagen que se hace la sociedad de la institución, la mayoría dice que este aspecto no es realmente relevante al momento de que una empresa sea vista como socialmente responsable.

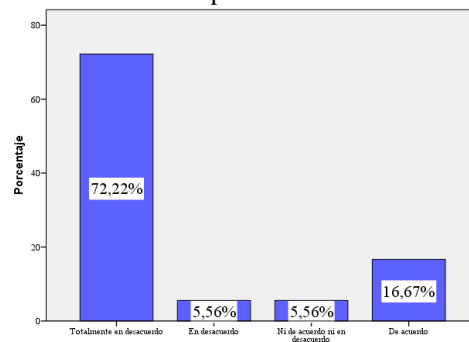
Opinión 8. Diría usted que el cumplimiento de la normativa vigente; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 43. Frecuencia de encuestados que eligen cumplimiento de la normativa vigente; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	13	72,2	72,2	72,2
En desacuerdo	1	5,6	5,6	77,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,6	5,6	83,3
De acuerdo	3	16,7	16,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 44. Porcentaje de encuestados que eligen cumplimiento de la normativa vigente; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

La **Tabla 43** y el **Gráfico 44** refleja que un 72% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con que el cumplimiento de la normativa vigente sea el aspecto más importante evaluado por la sociedad para determinar si la Cooperativa es socialmente responsable, un 5,5% está en desacuerdo; un 5,5% ni de acuerdo ni en desacuerdo; y, el 17% restante está de acuerdo. Naturalmente la mayoría de encuestados se inclinan a que el cumplimiento de la normativa vigente no es necesariamente un indicador de que la empresa es socialmente responsable, y están en lo cierto, pues la sociedad en general ni siquiera se da cuenta de si una institución cumple con la normativa vigente o no.

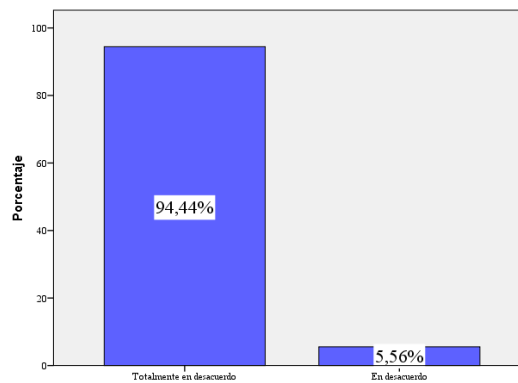
Opinión 9. Diría usted que el posicionamiento en el mercado; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 44. Frecuencia de encuestados que dicen que el posicionamiento en el mercado; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	17	94,4	94,4
	En desacuerdo	1	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 45. Porcentaje de encuestados que dicen que el posicionamiento en el mercado; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

En la **Tabla 44** y el **Gráfico 45** se refleja que el 94% de profesionales encuestados indica estar en total desacuerdo con que el posicionamiento en el mercado sea un aspecto importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable. Y el 6% restante responde en desacuerdo. Las respuestas casi homogéneas indican que el posicionamiento en el mercado no influye en la idea que la sociedad se hace de la Cooperativa sobre el cumplimiento de su Responsabilidad Social Empresarial.

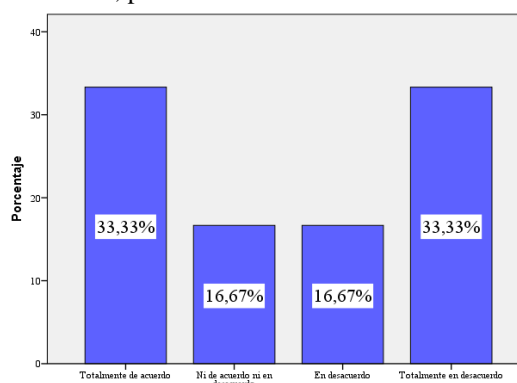
Opinión 10. Diría usted que no dañar al medio ambiente; es el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 45. Frecuencia de encuestados que eligen no dañar al medio ambiente; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	6	33,3	33,3	33,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	16,7	16,7	50,0
	En desacuerdo	3	16,7	16,7	66,7
	Totalmente en desacuerdo	6	33,3	33,3	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 46. Porcentaje de encuestados que eligen no dañar al medio ambiente; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Observando la **Tabla 45** y el **Gráfico 46** se define que un 33% de la población en estudio está de acuerdo con el hecho de que no dañar el medio ambiente es el aspecto más importante que evalúa la sociedad para determinar si una institución es socialmente responsable o no. Un 17% responde ni de acuerdo ni en desacuerdo; un 17% en desacuerdo y hay un 33% que dice estar en total desacuerdo. Hay opiniones bastante diversas al respecto, pero lo cierto es que la sociedad se fija en el cuidado que tienen las instituciones respecto al medio ambiente, para hacerse una idea de si cumple con la Responsabilidad Social Empresarial.

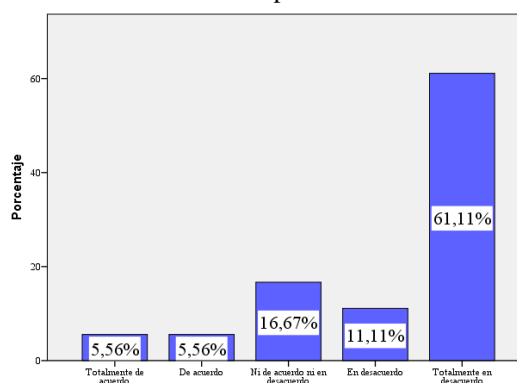
Opinión 11. Diría usted que la gente no se da cuenta; de si una institución es socialmente responsable o no.

Tabla 46. Frecuencia de encuestados que opinan que la gente no se da cuenta de si una institución es socialmente responsable o no

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	1	5,6	5,6	5,6
De acuerdo	1	5,6	5,6	11,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	16,7	16,7	27,8
En desacuerdo	2	11,1	11,1	38,9
Totalmente en desacuerdo	11	61,1	61,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 47. Porcentaje de encuestados que opinan que la gente no se da cuenta de si una institución es socialmente responsable o no



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

La **Tabla 46** y el **Gráfico 47** dan a conocer que un 5,5% de encuestados está totalmente de acuerdo con el hecho de que la gente no se da cuenta de si una empresa es socialmente responsable; un 5,5% está de acuerdo; un 17% ni de acuerdo ni en desacuerdo; un 11% mostró estar en desacuerdo; y, el 61% en total desacuerdo. Estas cifras evidencian que los profesionales de las Cooperativas que participaron en estas encuestas, no subestiman las capacidades de la sociedad, respecto a su habilidad de darse cuenta si se es socialmente responsable.

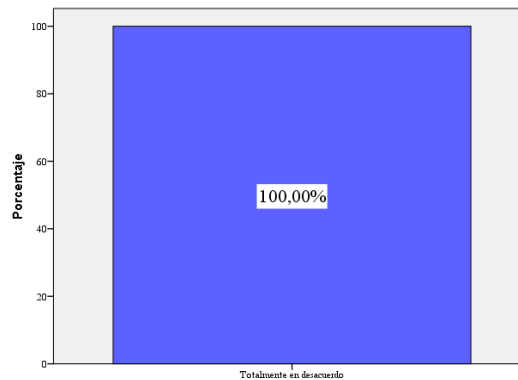
Opinión 12. Señalaría usted algún otro; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable.

Tabla 47. Frecuencia de encuestados que señalan a otro; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	18	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 48. Porcentaje de encuestados que señalan a otro; como el aspecto más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 47** y el **Gráfico 48** notamos que el 100% de los encuestados responde totalmente en desacuerdo; es decir, no creen que exista algún otro aspecto que pueda ser el más importante que evalúa la sociedad, para determinar si una institución es socialmente responsable. Quizá exista desconocimiento por parte de los profesionales de las Cooperativas de lo que la sociedad evalúa al momento de determinar si se cumple con la Responsabilidad Social Empresarial.

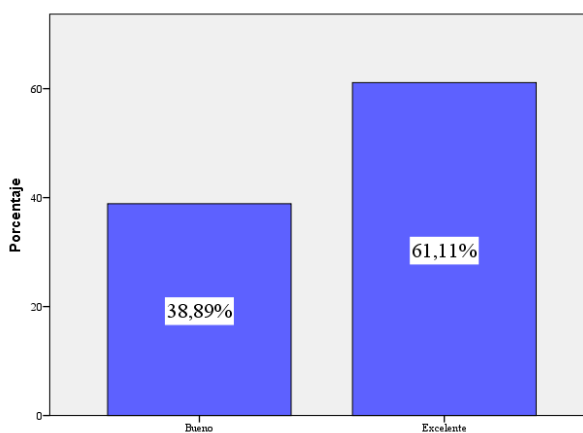
Pregunta 11. ¿Qué calificación le pondría a la Cooperativa en lo referente al cumplimiento de su Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 48. Frecuencia de encuestados de acuerdo a como calificaron el cumplimiento de la RSE.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	7	38,9	38,9	38,9
Válido Excelente	11	61,1	61,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 49. Porcentaje de encuestados de acuerdo a como calificaron el cumplimiento de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 48** y el **Gráfico 49** se puede apreciar que teniendo en cuenta una escala de 1 a 5, donde 1 es pésimo y 5 excelente, un 39% de los encuestados consideran que el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en las Cooperativas es bueno y el 61% restante opina que es excelente. Puesto que las cooperativas en análisis son aquellas más importantes de acuerdo a segmentación, la calificación sobre su cumplimiento es acorde a lo esperado.

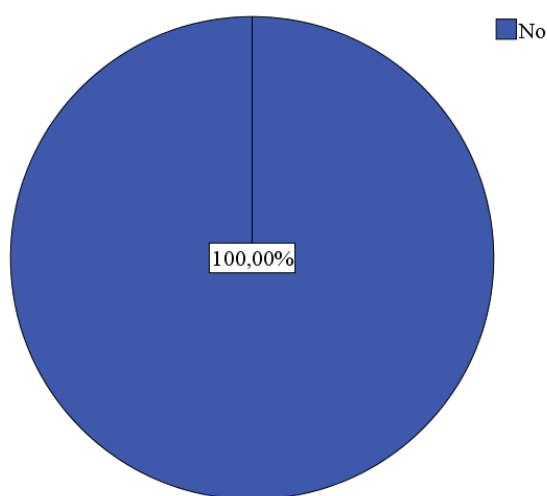
Pregunta 12. De las operaciones que actualmente realiza la cooperativa, ¿hay alguna que pueda ser considerada como irresponsable?

Tabla 49. Frecuencia de encuestados de acuerdo a si consideran que las operaciones son irresponsables o no

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	18	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 50. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a si consideran que las operaciones son irresponsables o no



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 49** y el **Gráfico 50** vemos que el personal encuestado de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Segmento 1 – Zona 3; en su totalidad (100%) opinan que las instituciones en que se desenvuelven, no tienen operaciones que puedan ser consideradas irresponsables; operaciones que dejen de lado el bien común y se enfoquen únicamente en la consecución de réditos económicos aún a costa de los prejuicios que estas podrían ocasionar.

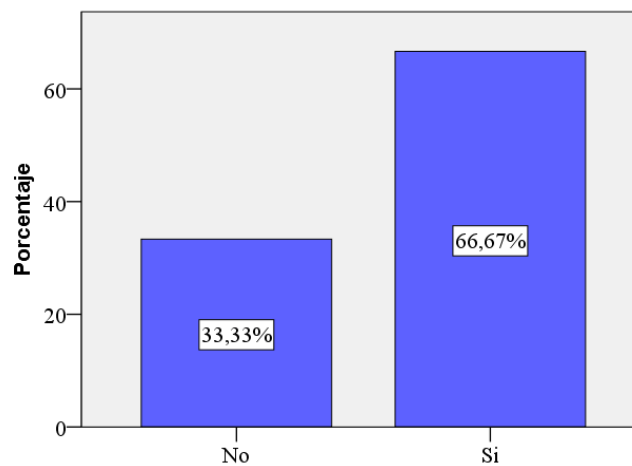
Pregunta 13. ¿Conoce algunas de estas certificaciones en Responsabilidad Social Empresarial? SA 8000 - ISO 26000 - SGE 21

Tabla 50. Frecuencia de encuestados conforme a su conocimiento sobre certificaciones en RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	6	33,3	33,3	33,3
Válido Si	12	66,7	66,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 51. Porcentaje de encuestados conforme a su conocimiento sobre certificaciones en RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 50** y el **Gráfico 51** se puede apreciar que un 33% de encuestados no tienen conocimiento sobre certificaciones en Responsabilidad Social Empresarial; en contraposición con un 67% que si lo tiene, especialmente se puso en evidencia su claro conocimiento de la Norma ISO 26000.

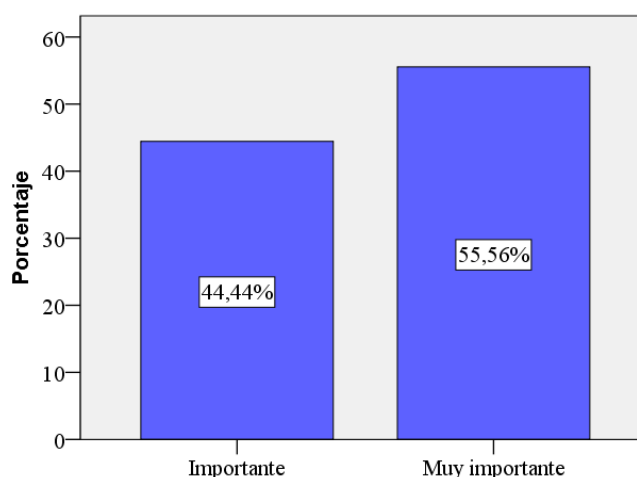
Pregunta 14. ¿Considera importante que las cooperativas de Ahorro y Crédito alcance certificaciones en Responsabilidad Social?

Tabla 51. Frecuencia de encuestados de acuerdo a la importancia que le dan a obtener certificaciones en RSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Importante	8	44,4	44,4	44,4
Muy importante	10	55,6	55,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 52. Porcentaje de encuestados clasificados de acuerdo a la importancia que le dan a obtener certificaciones en RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 51** y el **Gráfico 52** se percibe que para un 44% de encuestados es importante obtener certificaciones en Responsabilidad Social, mientras que un 56% considera que es muy importante hacerlo. Este hecho es alentador, pues sabemos que para conseguir estas certificaciones deben cumplir en su totalidad con los aspectos considerados socialmente responsables de acuerdo a cada norma.

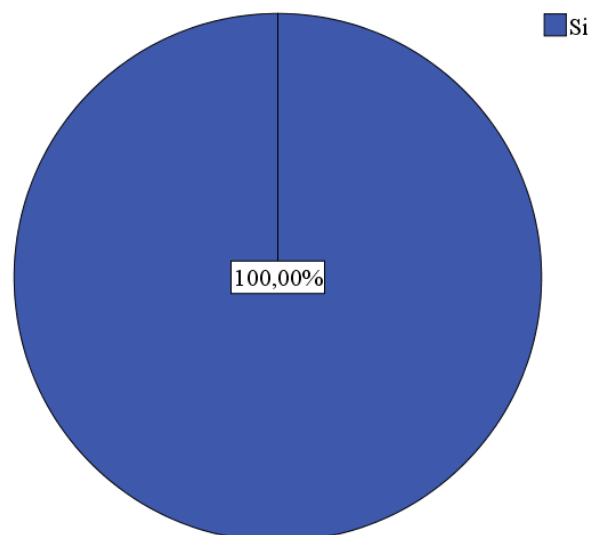
Pregunta 15. ¿Cree usted que las cooperativas deben publicar sus acciones socialmente responsables a la sociedad?

Tabla 52. Frecuencia de encuestados que consideran que las cooperativas deben publicar sus acciones socialmente responsables a la sociedad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	18	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 53. Porcentaje de encuestados que consideran que las cooperativas deben publicar sus acciones socialmente responsables a la sociedad



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al analizar la **Tabla 52** y el **Gráfico 53** se puede apreciar que el 100% de encuestados están de acuerdo con que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3, publiquen sus acciones socialmente responsables a la sociedad; y como se ha indagado en esta investigación, la mejor manera de hacerlo es elaborando y presentando el Balance Social.

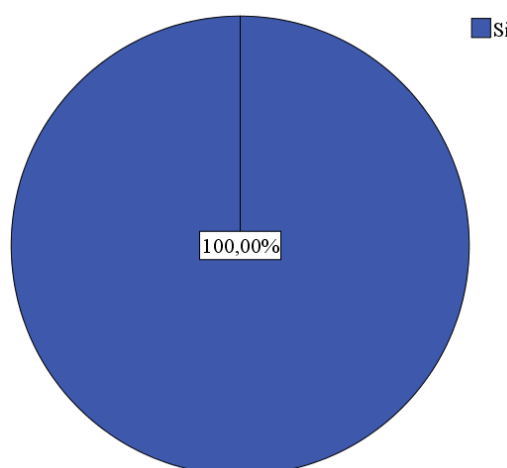
Pregunta 16. ¿La cooperativa elabora informes de Responsabilidad Social Empresarial (Balance Social) con una metodología específica, reportando impactos positivos y negativos en la triple cuenta de resultados (desempeño en la dimensión social, económica y ambiental)?

Tabla 53. Frecuencia de encuestados que afirman que la cooperativa elabora informes de RSE con una metodología específica, reportando impactos positivos y negativos en la triple cuenta de resultados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	18	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta al personal que elabora el Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 54. Porcentaje de encuestados que afirman que la cooperativa elabora informes de RSE con una metodología específica, reportando impactos positivos y negativos en la triple cuenta de resultados



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas

Análisis e Interpretación

Al observar la **Tabla 53** y el **Gráfico 54** se evidencia que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3 cumplen con la normativa vigente; pues, elaboran el Balance Social con una metodología específica, reportando impactos positivos y negativos en la triple cuenta de resultados; es decir, presentan su informe sobre Responsabilidad Social Empresarial evaluando el desempeño en la dimensión social, económica y ambiental.

Por otra parte, los resultados obtenidos mediante la ficha de observación, sobre la idoneidad en la presentación del Balance Social por parte de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 - Zona 3; misma que se desarrolló teniendo en cuenta una escala de Likert, con valores de:

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

Arrojó la siguiente información:

Tabla 54. Ficha de observación aplicada al Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

GENERALIDADES		COAC 1	COAC 2	COAC 3	COAC 4	COAC 5	COAC 6	COAC 7
1	¿La Cooperativa permite que el BS sea público? Por ejemplo, al publicarlo en Internet.	5	4	5	4	3	2	2
2	¿Le fue posible acceder al BS para analizar su forma de presentación y determinar la calidad de información proporcionada sobre RSE?	4	3	5	3	4	3	1
3	¿El BS es de fácil lectura?	4	3	5	4	4	4	3
4	¿El BS es de fácil comprensión?	4	3	5	4	4	4	3
5	¿Es fácil localizar las informaciones en este BS?	4	3	5	2	3	3	3
6	¿La información contenida en el BS le permitió conocer mejor a la organización (Cooperativa)?	5	4	5	4	4	4	3
7	Si usted ha obtenido información de otra fuente sobre las actividades de RSE que cumple la Cooperativa, las mismas son coherentes con la información contenida en el BS?	4	5	5	4	5	1	3
8	¿Cree que los temas que han sido abarcados dentro del Balance Social son equilibrados?	4	4	5	4	4	3	3
9	¿Los temas analizados en el BS constan de la cantidad adecuada de tópicos - detalles?	4	4	5	3	3	2	3
10	¿Piensa que ninguna parte del BS podría ser analizada de manera más profunda?	3	4	4	2	4	2	3
11	¿El BS describe claramente la misión y visión de la cooperativa?	5	5	5	3	4	2	3
12	¿La misión y visión de la Cooperativa cuenta con una filosofía social; es decir, incluye claramente la preocupación por el ámbito social?	5	4	5	4	4	5	3
13	¿Los indicadores de desempeño utilizados son claros?	4	3	5	3	4	2	3
14	¿El BS deja claro quiénes son los responsables de la RSE dentro de la institución?	4	5	5	3	3	2	3
15	Diría que la información abarcada dentro del BS respecto al desempeño en cuestiones ambientales ¿fue apropiada?	3	4	5	4	5	3	3
16	Diría que la información abarcada dentro del BS respecto al desempeño en cuestiones económicas ¿fue apropiada?	4	5	5	4	5	3	3
17	Diría que la información abarcada dentro del BS respecto al desempeño en cuestiones sociales ¿fue apropiada?	4	5	5	4	5	3	3
18	¿El BS evalúa la gestión de la Cooperativa tanto cualitativa como cuantitativamente?	4	4	4	4	3	4	3
19	¿Se comparan los resultados obtenidos con los presupuestos previamente definidos?	2	3	5	2	1	1	3
20	¿Se comparan los resultados obtenidos con los resultados de años anteriores?	5	5	5	4	4	1	3
21	¿Se incorpora en el BS críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés (stakeholders)?	1	5	4	1	2	2	3

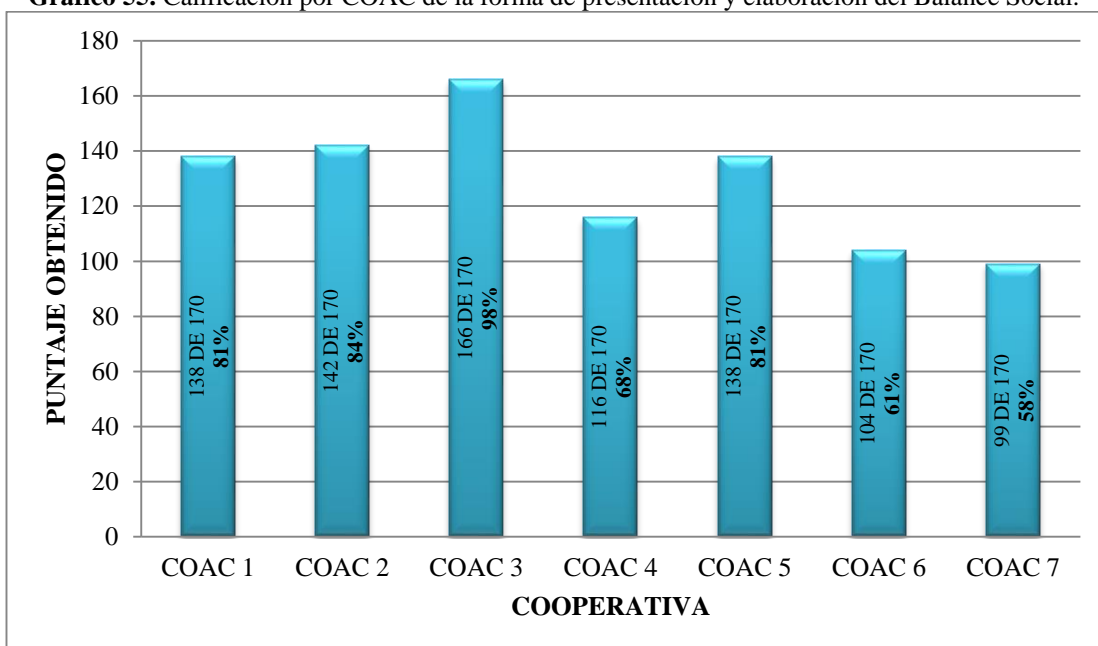
22	¿Se incluye en el BS datos desfavorables sobre los aspectos sociales y ambientales?	4	2	5	1	4	2	3
23	¿Este reporte sobre RSE incluye al menos los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general.	4	5	5	4	5	4	3
24	¿Se evalúa el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, tanto en su área interna como externa?	5	4	5	4	5	4	3
Personal – Empleados								
25	¿El BS analiza las características sociolaborales del personal? Sexo, edad, estado civil, nivel educativo, procedencia geográfica, tipo de contrato, rotación del personal, jornada laboral, tiempo extra, vacaciones, ausentismo, prestaciones sociales, huelgas, reclamos, etc.	5	5	5	3	5	4	3
26	¿El BS detalla los servicios sociales que la organización presta al personal? Medicina general, primeros auxilios, salud ocupacional, normas y manuales de seguridad, vivienda, alimentación, transporte, asesorías tributarias o en derecho, etc.	3	4	5	4	5	3	3
27	¿El BS evalúa la integración y desarrollo del personal? Comunicaciones, estrategias de participación, capacitación (crecimiento del personal, logro de objetivos, cambios a partir de la capacitación, maximización de recursos, etc.	5	5	5	4	4	4	3
Relaciones primarias - Sectores o públicos que permiten su funcionamiento								
28	¿Se evalúa en el BS los servicios prestados a la familia (salud, educación, recreación, préstamos económicos)	5	5	5	4	5	4	3
29	¿El BS aborda aspectos como los servicios prestados a los jubilados, accionistas, canales de distribución, acreedores, proveedores, consumidor final, competencia?	3	4	5	4	4	4	3
30	¿En el BS se tiene en cuenta las expectativas de estos sectores: Servicios prestados, cobertura, inversión, empleo generado, programas especiales, créditos?	3	3	5	2	4	4	3
Relaciones con la comunidad - sectores con los que interactúa la organización, en tres dimensiones: local, sociedad y sector público								
31	¿El BS analiza los aspectos relacionados con la comunidad local (entorno geográfico más cercano) sean perjuicios o beneficios? Empleo generado directo o indirecto, obras de infraestructura (escuelas, unidades deportivas, puestos de salud), protección del medio ambiente, desarrollo de líderes, etc.	4	5	5	4	5	4	3
32	¿Con respecto a la sociedad (generación de empleo, desarrollo de nuevas tecnologías, campañas institucionales de bien común) se considera en el BS?	5	5	5	4	4	4	3
33	¿Considera el BS los aspectos relacionados con el sector público, como: pago de aportes para fiscales, impuestos, participación en proyectos de interés público?	5	5	5	4	5	4	3
Relaciones con otras instituciones								
34	¿El BS contiene información referente a las relaciones existentes entre la Cooperativa y los gremios, medios de comunicación, universidades y asociaciones?	5	5	4	4	5	3	3

SUMATORIA 138 142 166 116 138 104 99

% DE CUMPLIMIENTO 81% 84% 98% 68% 81% 61% 58%

Fuente: Ficha de observación aplicada al Balance Social de las COAC Segmento 1 – Zona 3

Gráfico 55. Calificación por COAC de la forma de presentación y elaboración del Balance Social.



Fuente: Elaboración propia a partir de la ficha de observación

Análisis e Interpretación

La ficha de observación (**Tabla 54**), aplicada a las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3, puso de manifiesto los siguientes resultados (**Gráfico 55**): hay cuatro instituciones que obtiene un puntaje superior al 80% lo cual indica que la forma de elaboración y presentación de su Balance Social satisface los parámetros básicos. También existen Cooperativas que no alcanzan el nivel mínimo del 70%; sin embargo, no podríamos decir que la información presentada sobre Responsabilidad Social Empresarial es deficiente, el problema radicó en que no se pudo analizar a cabalidad sus reportes; ya sea porque, están publicados solo en parte o porque no lo están. En conclusión, los resultados obtenidos en cuanto a la idoneidad de este instrumento de evaluación serían en promedio de un 76%. Valor que considerando las limitaciones ya mencionadas es aceptable.

a.2. Verificación de la hipótesis

Se procedió a la verificación de la hipótesis mediante el coeficiente de correlación, “una medida establecida por Karl Pearson, que proporciona la fuerza de asociación

entre una variable independiente y otra dependiente”; en este proyecto investigativo, entre la variable independiente: Balance Social y la variable dependiente: Responsabilidad Social Empresarial (2012, pág. 416)

Planteamiento de la hipótesis:

a) Modelo lógico

H₀. No existe correlación entre la presentación del Balance Social y la Responsabilidad Social Empresarial en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3.

H₁. Existe una correlación significativa entre la presentación del Balance Social y la Responsabilidad Social Empresarial en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3.

b) Modelo matemático

H₀: r = 0

H₁: r ≠ 0

c) Modelo estadístico

$$y = bx + c \qquad c = \frac{\sum Y}{n} - \frac{b \sum X}{n} \qquad b = \frac{n \sum (XY) - \sum Y * \sum X}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Determinación de la ecuación de regresión:

Tabla 55. Correlaciones de Pearson

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

		Mejoramiento de la imagen empresarial	Calidad de vida laboral	Cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive	Comunidad	Socios - Inversionistas	Medio Ambiente	Proyectos de ayuda comunitaria	No dañar la naturaleza, no contaminar	Programas de capacitación y motivación continua al personal	Por la satisfacción de los clientes	Por su aporte a la comunidad - Prestigio	No dañan al medio ambiente	Calificación sobre el cumplimiento de la RSE	Conocimiento de certificaciones en RSE	Importancia de obtener certificaciones en RSE	
BALANCE SOCIAL	¿El BS es de fácil lectura?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,272 ,556 7	-,091 ,846 7	-,228 ,623 7	-,411 ,360 7	0,000 ,677 7	-,194 ,221 7	,530 ,193 7	-,558 ,769 7	,138 ,766 7	-,139 ,766 7	-,632 ,127 7	-,476 ,280 7	,849* ,016 7	,258 ,576 7	,194 ,677 7
	¿Cree que los temas que han sido abarcados dentro del Balance Social están bien equilibrados?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,444 ,318 7	-,091 ,846 7	-,228 ,623 7	-,730 ,062 7	-,209 ,653 7	,032 ,945 7	,530 ,221 7	-,418 ,350 7	-,248 ,592 7	-,418 ,350 7	-,474 ,282 7	,057 ,903 7	,354 ,437 7	,710 ,074 7	,194 ,677 7
	¿Los temas analizados en el BS constan de la cantidad adecuada de tópicos - detalles?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,035 ,941 7	-,032 ,945 7	-,081 ,863 7	-,710 ,074 7	0,000 1,000 7	-,068 ,884 7	,245 ,597 7	-,099 ,833 7	-,156 ,739 7	-,394 ,381 7	-,335 ,462 7	,444 ,318 7	-,050 ,915 7	,730 ,062 7	,548 ,203 7
	¿El BS deja claro quiénes son los responsables de la RSE dentro de la institución?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,075 ,873 7	-,069 ,882 7	-,222 ,632 7	-,750 ,052 7	-,127 ,786 7	-,079 ,867 7	,281 ,542 7	-,085 ,856 7	-,218 ,639 7	-,509 ,243 7	-,289 ,530 7	,510 ,243 7	-,258 ,576 7	,746 ,054 7	,354 ,437 7
	Diría que la información abarcada dentro del BS respecto al desempeño en cuestiones ambientales ¿fue apropiada?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,871* ,011 7	-,193 ,679 7	-,053 ,911 7	-,315 ,491 7	-,642 ,120 7	,198 ,670 7	,407 ,365 7	-,428 ,338 7	-,633 ,127 7	-,321 ,483 7	-,121 ,796 7	-,058 ,901 7	,271 ,556 7	,198 ,670 7	-,198 ,670 7
	Diría que la información abarcada dentro del BS respecto al desempeño en cuestiones económicas ¿fue apropiada?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,720 ,068 7	,070 ,881 7	-,193 ,679 7	-,665 ,103 7	-,642 ,120 7	,322 ,482 7	,584 ,169 7	-,214 ,645 7	-,401 ,373 7	-,321 ,483 7	-,121 ,796 7	,263 ,569 7	,108 ,817 7	,495 ,259 7	-,149 ,751 7
	Diría que la información abarcada dentro del BS respecto al desempeño en cuestiones sociales ¿fue apropiada?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,720 ,068 7	,070 ,881 7	-,193 ,679 7	-,665 ,103 7	-,642 ,120 7	,322 ,482 7	,584 ,169 7	-,214 ,645 7	-,401 ,373 7	-,321 ,483 7	-,121 ,796 7	,263 ,569 7	,108 ,817 7	,495 ,259 7	-,149 ,751 7
	¿Este reporte sobre RSE incluye al menos los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,766* ,044 7	,021 ,965 7	-,458 ,301 7	-,708 ,075 7	-,764* ,046 7	,147 ,753 7	,800* ,031 7	-,382 ,398 7	-,251 ,587 7	-,382 ,398 7	-,289 ,530 7	,017 ,971 7	,258 ,576 7	,354 ,437 7	-,354 ,437 7

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia

Análisis de correlaciones

Una vez obtenidos los coeficientes de correlación de Pearson mediante el programa SPSS; se procede a analizarlos, para ello tendremos en cuenta lo que Castañeda, Cabrera, Navarro, & Vries (2010, pág. 95) mencionan:

“su rango va de -1 a +1. Es casi imposible que exista una correlación perfecta entre las variables, así que usted podrá interpretar este coeficiente en la medida que se acerca a estos valores. En general, lo más cercano al valor +1 le indica que existe una correlación positiva entre las variables y lo más cercano a valor -1 le indicara que dicha correlación es negativa”

Para la presente investigación se tuvo en consideración la escala de valuación de los coeficientes de Pearson que presenta la siguiente tabla:

Tabla 56. Niveles de Correlaciones de Pearson

Nivel de coeficiente de r	Nivel de coeficiente de r
-1.00 = correlación negativa perfecta	0.00 = no existe relación alguna entre las variables
-0.90 = correlación negativa muy fuerte	0.10 = correlación positiva muy débil
-0.75 = correlación negativa considerable	0.25 = correlación positiva débil
-0.50 = correlación negativa media	0.50 = correlación positiva media
-0.25 = correlación negativa débil	0.75 = correlación positiva considerable
-0.10 = correlación negativa muy débil	0.90 = correlación positiva muy fuerte
	1.00 = correlación positiva perfecta

Fuente: Obtenido de Colina-Escalante & Díaz-Barriga (2012, pág. 379)

Y también, lo mencionado al respecto por Jiménez Barrau & Gracia-Tomey (1998, pág. 183), que consideran:

*“Mayor que 0,70..... la correlación es muy fuerte
 Entre 0,69 y 0,5..... la correlación es fuerte
 Entre 0,49 y 0,30..... la correlación es moderada
 Entre 0,29 y 0,10..... la correlación es baja
 Ente 0,09 y 0,01..... la correlación es despreciable”*

Con base en los criterios citados, se estableció una escala propia; donde se calificará el coeficiente de correlación de Pearson, bajo los siguientes parámetros:

Tabla 57. Escala de calificación del Coeficiente de Correlación de Pearson

ESCALA	CALIFICACIÓN
Igual a 1	Perfecta
Mayor a 0,80	Muy fuerte
De 0,70 a 0,80	Fuerte
De 0,50 a 0,70	Moderada
De 0,30 a 0,50	Débil
De 0,1 a 0,30	Muy débil
Igual a 0	Nula

Fuente: Elaboración propia a partir de autores ya citados.

Con esto presente y observando la **Tabla 55** apreciamos que existe relaciones directas muy fuertes entre:

- ❖ El hecho de que la información abarcada dentro del Balance Social respecto al desempeño de cuestiones ambientales sea apropiada y el mejoramiento de la imagen empresarial con 0,871, esto es acertado pues el cuidado por parte de una Cooperativa del medio ambiente es vital para la imagen empresarial que la comunidad le otorga.
- ❖ El que el Balance Social sea de fácil lectura influye en la calificación de la Cooperativa sobre su Responsabilidad Social Empresarial con 0,849; para una empresa ser socialmente responsable implica un compromiso social con el entorno que le rodea, y el presentar un informe sobre este tipo de actividades que sea de fácil lectura; es sin duda, una manera de cumplir con la sociedad.
- ❖ Con un 0,800 entre que el reporte sobre Responsabilidad Social Empresarial incluye al menos los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general y el desarrollo de proyectos de ayuda comunitaria. La relación encontrada es lógica, pues conocer bien los stakeholders principales ayuda a las Cooperativas a tener un punto de vista clara sobre donde enfocar su Responsabilidad Social Empresarial mediante el desarrollo de proyectos comunitarios, por ejemplo.

También se nota la presencia de relaciones directas fuertes, de:

- ❖ 0,710 entre el conocimiento sobre certificaciones en Responsabilidad Social Empresarial y el hecho de que los temas abarcados dentro del Balance Social sean equilibrados. Estar al tanto de lo que exigen las certificaciones en Responsabilidad Social Empresarial, permitirá a los encargados de elaborar el Balance Social tener claro los temas que debe abarcar a fin de que exista un equilibrio de los mismos.
- ❖ 0,730 entre el conocimiento sobre certificaciones en Responsabilidad Social Empresarial y que los temas analizados en el Balance Social consten de la cantidad adecuada de tópicos-detalles. Si un profesional sabe lo suficiente sobre certificaciones en Responsabilidad Social Empresarial, las cuáles son específicas y aplicables a una variedad de instituciones, tendrá claros cuáles son los tópicos que el Balance Social debe abarcar, mismos que serán los suficientes y adecuados.
- ❖ 0,720, entre lo apropiado de la información abarcada dentro del Balance Social respecto al desempeño en cuestiones económicas y sociales con el mejoramiento de la imagen empresarial; como ya se mencionó anteriormente el que las Cooperativas se preocupen por el bienestar del entorno tanto en el aspecto económico como social, contribuye a la imagen empresarial que proyecta.
- ❖ 0,766 entre el mejoramiento de la imagen empresarial y el hecho de que el Balance Social incluya al menos los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general. Si el reporte sobre Responsabilidad Social Empresarial tiene en cuenta a los stakeholders principales, y a la vez se detalla lo que la institución realiza a favor de cada uno de ellos, la comunidad se siente impulsada a otorgar más valor a la imagen empresarial de la misma.

Además se evidencian relaciones inversas fuertes, entre:

- ❖ La importancia de enfocar la Responsabilidad Social Empresarial a la comunidad y el hecho de que los temas abarcados dentro del Balance Social sean equilibrados, que los temas analizados en el Balance Social consten de la cantidad adecuada de tópicos-detalles y que el BS deje claro quiénes son los responsables de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la institución, con -0,730, -0,710 y -0,750 respectivamente. Si las Cooperativas intentan dirigir su Responsabilidad Social Empresarial a la comunidad, tendrán en cuenta las necesidades de la misma

e incluirán en el Balance Social aspectos importantes que la comunidad debe conocer, como quienes son los responsables de los social dentro de la institución, también se aseguraran de abarcar los temas de manera equilibrada y con los detalles suficientes para ser entendidos.

- ❖ Y también entre el hecho de que el reporte sobre Responsabilidad Social Empresarial incluya al menos los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general con que las Cooperativas enfoquen su Responsabilidad Social Empresarial a la comunidad con -0,708 y con que las Cooperativas enfoquen su Responsabilidad Social Empresarial a los socios-inversionistas con -0.764. Claro el conocer y evaluar dentro del Balance Social a los stakeholders principales, permite a las Cooperativas re-direccionar sus actividades hacia aquellos que merecen su mayor atención; por ejemplo, sus socios-inversionistas y la comunidad en general.

Conclusión:

Dadas las relaciones existentes entre ambas variables: Balance Social y Responsabilidad Social Empresarial, mismas que son directas muy fuertes y fuertes e inversamente fuertes se opta por RECHAZAR la hipótesis nula (H_0) y se ACEPTA la hipótesis alternativa (H_1).

H₁. Existe una correlación significativa entre la presentación del Balance Social y la Responsabilidad Social Empresarial en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3.

b. Limitaciones del estudio

Las limitaciones que se presentaron en el desarrollo de este trabajo investigativo, estuvieron relacionadas principalmente con la obtención de información. Se esperaba aplicar la encuesta en las 7 Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 -Zona 3; pero se dificultó la recolección rápida de la misma, principalmente por motivo de tener que realizar viajes de larga distancia, y por la disponibilidad de tiempo de las

personas encuestadas dentro de las Cooperativas. Sin embargo, se logró obtener la información necesaria; excepto de una Cooperativa de la ciudad de Riobamba, que no brindó la apertura para realizar la investigación.

Por otro lado, también se realizó una ficha de observación del Balance Social publicado por parte de las Cooperativas en sus páginas web, y del mismo modo se encontró que no todas las instituciones lo tienen publicado. Esto en sí; no fue un impedimento, porque se logró conseguir de la mayoría de ellas y se procedió a analizarlos.

c. Conclusiones

1. Una vez concluida la investigación y verificada la hipótesis; se logró establecer que la forma en que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3, elaboran y presentan el Balance Social tiene relación significativa con el cumplimiento de su Responsabilidad Social Empresarial. Pues la encuesta aplicada indicó que un 39% de los encuestados consideran que el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en las Cooperativas es bueno y el 61% restante opina que es excelente. Esta calificación podemos concluir que va acorde con el resultado promedio que arrojó la ficha de observación sobre la eficacia de este instrumento de evaluación, de un 76%.
2. Como se puede notar en el análisis realizado a la ficha de observación, sobre la idoneidad en la presentación del Balance Social; se percibe que la calidad de información que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3 presentan sobre sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial, es aceptable. Esto es así; porque como se observó, este instrumento de evaluación incluye el aspecto económico, ambiental y social, es de fácil lectura y comprensión; abarca los temas de manera equilibrada y sus tópicos o detalles son adecuados. Además se tiene en cuenta a los stakeholders principales, y se evalúa la Responsabilidad Social Empresarial tanto interna como externamente.
3. Esta investigación también permitió indagar sobre las acciones que realiza las Cooperativas en cumplimiento de su Responsabilidad Social Empresarial; y se encontró que, desde su misión y visión las Cooperativas de Ahorro y Crédito del

Segmento 1 – Zona 3 demuestran tener una cultura socialmente responsable, pues se enfocan principalmente a lo social. De forma resumida mencionaremos las acciones que se realizan: ofrecer calidad de vida laboral, no solo a sus empleados directos, sino también a los familiares de los mismos, mediante programas de capacitación y motivación continua. Cuidar el medio ambiente y el entorno, incentivando el desarrollo de proyectos comunitarios y/o campañas institucionales. Generación de empleo, desarrollo de nuevas tecnologías, buenas relaciones con gremios, entre otros.

4. También se analizó varios modelos existentes para identificar la forma idónea en que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3, deben divulgar su información socialmente responsable. Y se llegó a la conclusión de que deben evaluar en base a los Principios Cooperativos ACI y por la normativa que rige nuestro país es necesario hacerlo también en base a los principios del buen vivir o *sumak kawsay*. Y justamente el modelo de Balance Social propuesto por la SEPS “*Macro dimensiones y dimensiones del Balance Social*” abarca todos estos aspectos.

d. Recomendaciones

1. Establecida la relación significativa entre la forma de presentación del Balance Social y el cumplimiento de su Responsabilidad Social Empresarial, se recomienda a las Cooperativas del Segmento 1 - Zona 3, seguir mejorando la forma en que elaboran y presentan este informe de evaluación. Además es necesario que no se vea al Balance Social solo como un requisito exigido por el organismo controlador; sino más bien, como la herramienta capaz de ayudarles a: mejorar su competitividad, realizar un mejor control y uso de sus recursos; y, cumplir más adecuadamente con sus actividades socialmente responsables.
2. La calidad de información evaluada en los Balances Sociales de las Cooperativas de Ahorro y Crédito es aceptable, pero hay algunos aspectos importantes en que se pueden mejorar, por ejemplo la organización del mismo, que sea más fácil localizar la información contenida. También es necesario que se definan más claramente quienes son los responsables del cumplimiento de

la Responsabilidad Social Empresarial. Una falencia particular en la que se debe mejorar es la de comparar los resultados obtenidos con los presupuestos previamente definidos, ya que en su gran mayoría no lo hacen; también, es necesario que se incluya en este reporte críticas, sugerencias y testimonios de los grupos de interés, y datos desfavorables sobre los aspectos sociales y ambientales.

3. Continuar desempeñando acciones socialmente responsables y ampliar sus radios de acción; por ejemplo se podría mostrar interés por las expectativas de los sectores o públicos que permiten su funcionamiento, de sus grupos de interés stakeholders y demostrar así una cultura socialmente responsable, misma que le dará a la Cooperativa una mejor imagen empresarial. También se recomienda mejorar la relación existente con diferentes instituciones educativas, como las universidades brindando una mayor apertura para el desarrollo de investigaciones, con los medios de comunicación, etc.
4. Una buena idea sería que todas las Cooperativas del Segmento 1 – Zona 3 se acogiesen a un mismo modelo de Balance Social, a fin de que sea más sencillo su análisis y comparabilidad. Se podría optar por el modelo de Balance Social propuesto por la SEPS “*Macro dimensiones y dimensiones del Balance Social*”, que es un modelo completo, ya que abarca todos los aspectos importantes exigidos no solo a nivel nacional, sino internacional.

e. Modelo Operativo

Tabla 58. Modelo Operativo

ACTIVIDAD	ENCARGADO	TIEMPO	RECURSOS
Definir objetivos sociales específicos (RSE), mismo que deben estar contenidos en el Plan Social y/o Estratégico	Consejos, Gerencia y demás talento humano involucrado en RSE.	40 horas	Equipos de cómputo, internet, hojas, planes sociales de años anteriores y de otras instituciones, encuestas a stakeholders.
Estructurar un equipo de trabajo interdisciplinario que se haga responsable de todo lo relacionado con la RSE y el BS	Consejos, Gerencia y Departamento de Recursos Humanos	20 horas	Nómina de empleados con su respectiva área de formación académica. Equipos de cómputo.
Definir qué información hay, qué se puede medir, cómo medirlo, cómo informarlo, hacer un cronograma de actividades, asignar recursos y todo respaldado por la Alta Dirección.	Equipo de RSE y BS y Gerencia	30 horas	Equipos de cómputo, internet, hojas, planes operativos de años anteriores.
Capacitar el equipo de trabajo para hablar el mismo lenguaje en RSE Y BS como herramienta de gestión y los programas y proyectos con los diferentes públicos con los que se relaciona la empresa	Gerencia	40 horas	Experto en área de la RSE y BS. Local para recibir la capacitación, material didáctico, refrigerios.
Recolectar los datos del período actual sobre el cumplimiento de RSE y compararlos con los presupuestos previamente definidos.	Equipo de RSE y BS	Durante todo el periodo económico	Reportes sobre el cumplimiento de actividades socialmente responsables. Presupuestos previamente definidos por la institución.
Incluir críticas, sugerencias y testimonios de los grupos de interés, y datos desfavorables sobre los aspectos sociales y ambientales, obtenidos en el Buzón de Quejas y Sugerencias.	Equipo de RSE y BS	Durante todo el periodo económico	Datos obtenidos del Buzón de Quejas y Sugerencias.
Indagar sobre las expectativas de los sectores o públicos que permiten el funcionamiento, de sus grupos de interés stakeholders y demostrar así una cultura socialmente responsable.	Equipo de RSE y BS	Durante todo el periodo económico	Encuestas, entrevistas y observación a los grupos de interés.
Mejorar la relación existente con diferentes instituciones educativas, como las universidades brindando una mayor apertura para el desarrollo de investigaciones, con los medios de comunicación, etc.	Gerencia y Equipo de RSE y BS	Durante todo el periodo económico	Programas de capacitación en Instituciones educativas, apertura para la investigación, empleado que se encargue de esta área.
Acogerse a un mismo modelo de Balance Social, a fin de que sea más sencillo su análisis y comparabilidad. Se podría optar por el modelo de Balance Social propuesto por la SEPS “ <i>Macro dimensiones y dimensiones del Balance Social</i> ”, que es un modelo completo, ya que abarca todos los aspectos importantes exigidos no solo a nivel nacional, sino internacional.	Consejos, Gerencia y equipo de RSE y BS	Previo a la elaboración y presentación del BS	Modelo de BS presentado por la SEPS. Asesoramiento profesional sobre la elaboración del BS mediante este modelo.

Fuente: Elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). (14 de Junio de 2013). Cooperativas tienen más de 4,6 millones de clientes. *EL TELÉGRAFO*.
- Acción Empresarial. (Diciembre de 2003). El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo. *Acción Empresarial*.
- Alfonso-Alemán, J. L., Rivera-Rodríguez, C. A., & Labrador-Machín, O. (enero-abril de 2008). Responsabilidad y balance social en las empresas cooperativas. *Revista de Ciencias Sociales*, XIV(1), 9-19. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales - SCIELO Scientific Electronic Library Online: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100002&lang=pt
- Alianza Cooperativa Internacional*. (2001-2016). Obtenido de Cooperativas de la Américas: <http://ica.coop>
- Amat, J., & Amat, O. (1984). *Contabilidad para Cooperativas*. España: Ediciones CEAC S.A.
- Arias, F. G. (2012). *EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Introducción a la metodología científica* (Sexta ed.). Caracas, República Bolivariana de Venezuela: Episteme, C.A.
- Asamblea Nacional. (2011). *Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario* (ECU-2011-L-86675 ed., Vols. Registro Oficial, 2011-05-10, núm. 444, 59 págs). Quito, Ecuador.
- Barreiro-Fernández, J., Díez de Castro, J., Barreiro-Fernández, B., Ruzo-Sanmartín, E., & Losada-Pérez, F. (2003). *Gestión Científica Empresarial. Temas de investigación actuales* (Primera ed.). Coruña: NETBIBLO.
- Belhouari, A., Buendía, I., Lapointe, M., & Tremblay, B. (Noviembre de 2005). La responsabilidad social de las empresas: ¿un nuevo valor para las cooperativas? *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(Nº 53), p. 191-208.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Cajas, F. A. (2016). *Balance Social como herramienta de gestión para determinar la Responsabilidad Social Corporativa en las Cooperativas del Sector Financiero Popular y Solidario. Caso de estudio: COAC 29 de Octubre Ltda. en la ciudad de Quito durante el año 2014*. Quito: Escuela Politécnica Nacional.

- Carneiro-Caneda, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna: La "nueva frontera" de los recursos humanos*. Madrid, España: ESIC.
- Carroll, A. (Junio de 1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 39-48.
- Castañeda, M. B., Cabrera, A., Navarro, Y., & Vries, W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS: un libro práctico para investigadores y administradores educativos*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Cea-Moure, R. (2009-2010). *La responsabilidad social corporativa en las entidades bancarias de la unión Europea*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Obtenido de Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Madrid. ESPAÑA.
- Ciro-Ríos, L. S. (2011). *Responsabilidad social empresarial: implicaciones filosóficas*. León: Universidad de León.
- Colina-Escalante, A., & Díaz-Barriga, Á. (2012). *La formación de investigadores en educación y la producción del conocimiento*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *LIBRO VERDE Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social - CERES. (2008). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Quito: Mantis Comunicación.
- Corral, Y. (enero - junio de 2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 19(33), 228-247.
- Correa - Jaramillo, J. G. (Julio - Diciembre de 2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, Vol. 10(Nº 20), p. 87-102.
- Departamento de Estudios-Gobierno de Chile. (Diciembre de 2005). Responsabilidad Social Empresarial. Alcances y potencialidades en materia laboral. *Cuaderno de investigación N° 25*.
- Díaz-Inchicaqui, M. (Primer semestre de 2003). LA CONTABILIDAD SOCIAL - ORIGEN Y PARADIGMAS. *Quipukamayoc*, 31-42.
- Econlink. (Julio de 2009). *Economía Social*. Obtenido de <http://www.econlink.com.ar/economia-social>
- Elizondo, A. (2002). *Metodología de la investigación contable* (Tercera ed.). México: International Thomson.

- Fernández - García, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. España: Editorial Club Universitario.
- Fierro-Martínez, Á. M. (2011). *Contabilidad general* (Cuarta ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management. A Stakeholder Approach*. Pitman, London.
- Gil-Fisa, A. (1999). *Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo*. Obtenido de NTP 305: Tipos de indicadores para el balance social de la empresa: http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/301a400/ntp_305.pdf
- González, M. (2015). "La Responsabilidad Social se hace más grande si se comparte". *ANUARIO CORRESPONSABLES*(II Edición Ecuador), p. 4-5.
- González-Esteban, E. (17 de Septiembre de 2007). *La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la*. Obtenido de Veritas. Revista de Filosofía y Teología, vol. II: <http://www.redalyc.org/pdf/2911/291122924002.pdf>
- Goodpaster, K. (2009). *Ética Empresarial y análisis de los 'STAKEHOLDERS'*. Obtenido de AURKILAN SPANISH ANNUAL Special Issue on Business Ethics Quarterly, 1: http://www.aurkilan.org/documentos/5.AURKILAN_Spanish_Annual_09.pdf
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: McGrawHill.
- Hupperts, P. (2005). *Responsabilidad Social Empresarial*. Buenos Aires: Valletta Ediciones.
- Jiménez Barrau, M., & Gracia-Tomey, M. R. (1998). *Investigación Comercial*. España: Centro de Publicaciones. Secretaría General Técnica.
- Machado, M. A. (173-218 de Enero/Marzo de 2004). Dimensiones de la Contabilidad Social. *Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría*.
- Maliza-Choco, A. R. (2015). *La incorporación del Balance Social a los informes de gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. en el periodo 2015*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Martínez-Bencardino, C. (2012). *Estadística y muestreo* (13° ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Martínez-Carrasco, R. D. (2008). *Manual de contabilidad para PYMES*. Alicante, España: Club Universitario.

- Martínez-Ruiz, H. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Cengage Learning.
- Moreno-Prieto, R. (s.f.). Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa. *Cumbria FSC*, 476-538. Obtenido de Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa: <http://www.cumbria-fsc.com/home.jsp>
- Navarro-García, F. (2011). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Nevado-Peña, D. (1999). *Control de gestión social: la auditoría de los recursos humanos* (Primera ed.). Murcia-España: Universidad de CAstilla - La Mancha.
- Organización Internacional del Trabajo OIT. (Julio de 2001). Manual de Balance Social. Medellín, Colombia: Gráficas Pajón.
- Páez, J. (16, 17 de Octubre de 2013). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Balance Social: Desarrollo metodológico según disposiciones de la LOEPS: http://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/PPT%20Balance%20social_Jos%C3%A9%20P%C3%A1ez.pdf/9ad072fb-c1eb-49f7-9b24-e224ad2d428a
- Perdiguero, T., & García-Reche, A. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Valencia: Imprenta Palacios, SL.
- Pérez, M. A. (2014). *La Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en la imagen corporativa en las Pymes de la provincia de Tungurahua*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Pesendorfer, L. (20 de Noviembre de 2015). Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. *Corresponsables*.
- Purtschert, N. (2015). "La RSE en Ecuador va a paso lento pero firme". (I. Sánchez, Entrevistador)
- Quezada, A. (13 de Diciembre de 2012). El mito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el Ecuador. *EL TELÉGRAFO*.
- Relatoria de la V convención internacional de cooperativismo, gestión y balance social*. (2009). Obtenido de Asociación Nacional de Economistas y Contadores de Cuba: <http://www.anec.cu/docs/relatoriafinal.pdf>
- Rey-Pombo, J. (2011). *Contabilidad General* (Segunda ed.). Madrid, España: Paraninfo S.A.

- Ribas-Bonet, A. (Noviembre de 2001). El balance social como instrumento para la evaluación de la acción social de las entidades no lucrativas. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(N° 39), p. 115-147.
- Secretaria Central de ISO. (2010). Norma Internacional ISO 26000. *Guía de Responsabilidad Social*. (T. M. Group, Trad.) Ginebra, Suiza.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (Cuarta ed.). México: Limusa S.A.
- Toapanta, M. (2014). *Los Principios del Cooperativismo y el Balance Social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Líderes del Progreso, Matriz Salcedo*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Viteri-Moya, J. (2010). *Responsabilidad Social*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de Balance Social propuesto por Maliza-Choco (2015)



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA	
BALANCE SOCIAL	
M1D11 PRELACION DEL TRABAJO SOBRE EL CAPITAL E INTERÉS COLECTIVO	
M1D11	ÍNDICE
PRELACION DEL TRABAJO SOBRE EL CAPITAL Y DE LOS INTERESES COLECTIVOS SOBRE LOS INDIVIDUALES	
DIMENSION 1 PRELACION DEL TRABAJO SOBRE EL CAPITAL	
EMPLEOS GENERADOS EN EL PERIODO *	
	Total de empleos 2014
Total de empleos nuevos creados	48
N° de empleos nuevos generados para socios	48
N° de trabajadores que salieron de la cooperativa en el ejercicio (abandono, despido, etc.)	35
N° de trabajadores totales (a fin del ejercicio)	108
M1D1REL1. ROTACIÓN Y ESTABILIDAD LABORAL	
	En el 2014
Trabajadores Totales - Hombre	62
Trabajadores Totales - Discapacitados Hombre	2
Trabajadores Totales - Mujer	44
Trabajadores Totales - Discapacitados Mujer	0
M1D1S1. SALARIOS *	
	En el 2014
Remuneración mínima anual	450
Remuneración máxima anual	10000
M1D1CL1_2. CLIMA LABORAL *	
	En el 2014
N° de capacitaciones a empleados en temas de la LOEPS, y principios cooperativos	1
N° de sugerencias recibidas por: trabajadores, clientes, proveedores, etc.	0
N° de programas deportivos y de recreación	1
N° de programas para combatir el estrés del personal	0
Total monto invertido	

M1D1TRV1_1. TRABAJO DE REPRODUCCIÓN DE LA VIDA (Conciliación del Trabajo y la Familia) *	En el 2014
N° de capacitaciones sobre el trabajo de reproducción de la vida como fortalecimiento del apego y de la libertad individual.	0
N° de programas sobre el trabajo de reproducción de la vida como fortalecimiento del apego y de la libertad individual.	0
Total de monto invertido	0
M1D1I3	
M1D1TF1_1. TRABAJO DE FORMACIÓN *	En el 2014
N° de horas asignadas al personal para su formación profesional (extra a la institución)	0
N° de becas o reconocimientos entregados al personal por su formación profesional (extra institucional)	0
Total monto invertido en becas para el personal	0
Valor anual asignado, para la formación profesional del personal	0
[M1D1TCVC1_1. TRABAJO COMUNITARIO / VOLUNTARIO / PARA LA COOPERATIVA *	En el 2014
N° de actividades realizadas	0
\$ Valor reconocido por estas actividades	0
N° de horas asignadas para esta actividad	0

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA BALANCE SOCIAL ASOCIACIÓN LIBRE Y VOLUNTARIA	
ÍNDICE	
CAP CARACTERIZACIÓN DE LOS SOCIOS. CAP1: La organización se auto-cataloga como abierta o cerrada?	
Abierta (Para cualquier público)	
CAP2. Clasificación del número total de socios de la cooperativa? * Detallar el N° de socios que conforman la organización	
	Total socios 2014
Socios Persona natural - Hombre	33642
Socios Persona natural - Mujer	29001
Personas Jurídicas	54
CAP3. Detalle el número total de socios de la organización clasificados según el rango de edad. * Detallar dependiendo el rango de edad el N° de socios	
	Total socios 2014
Menor a 18 años	204
18 a 35 años	26706
36 a 50 años	21891
51 a 60 años	8771
Mayores de 60 años	5125
CAP4. Detalle el número total de los socios según su nacionalidad? Ingrese el N° de socios dependiendo de su nacionalidad	
	Total socios 2014
Ecuatoriana	62697
Ecuatoriana - Indígena	0
Extranjera	0

CAP5. Detalle el número total de socios según donde se encuentre su domicilio. * Detallamos el número total de socios y la procedencia de su domicilio.	
	Total socios 2014
Socios con residencia en el mismo cantón de la entidad	62491
Socios con residencia en otros cantones aledaños al de la entidad	206
Socios con residencia en otras regiones	0
CAP6. Clasifique el número total de socios dependiendo de su estado civil ? *	
	Total socios 2014
Soltero	20663
Casado	34273
Otros	7761
CAP7. Ingrese el número total de socios dependiendo de su nivel formativo o de instrucción. *	
	Total socios 2014
Primer nivel Incompleto	2534
Primaria Completa	22616
Bachiller Completado	31170
Universitario Graduado	2556
Master	17
PhD	0
Otros	3804
CAP8. Detalle el número total de los socios, clasificándolos en Activo o Inactivo.*	
	Total socios 2014
Activo	34621
Inactivo	28075

CAP9. Escriba el número total de socios dependiendo de su antigüedad en la cooperativa? *

	Total socios 2014
Hasta 1 año	6034
de 1 a 5 años	22490
de 5 a 10 años	30588
Superior a 10 años	3585

CAP10. Número socios perceptores de ayudas oficiales *

	Total socios 2014
Bono de Desarrollo Humano	6276
Otras ayudas oficiales	0

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA
BALANCE SOCIAL

MDS AUTOGESTIÓN Y AUTONOMÍA

ÍNDICE

MSD1
MSD1. Autogestión y Autonomía
Dimensión 1 - Apoyo a cargos institucionales

	Año 2014
Presidente	
Hombres	1
Mujeres	0
Consejo de Administración	6
Hombres	4
Mujeres	1
Consejo de Vigilancia	3
Hombres	3
Mujeres	0
Gerencia	1
Hombres	1
Mujeres	0
Comisión de Educación	3
Hombres	3
Mujeres	0
Otras comisiones	0
Hombres	0
Mujeres	0
Jefes de Agencias	6
Hombres	6
Mujeres	1

MSD2
MSD2. Autogestión y Autonomía
Dimensión 2 Control democrático por los socios y asociados
DMSD2P1. Asistencia a Asambleas *

	En el 2014
Nº de asambleas ordinarias celebradas	2
Asistencia - Hombres	16
Asistencia - Mujeres	3
Nº Total de asistencia	18
Nº de asambleas extraordinarias celebradas	1
Asistencia - Hombres	16
Asistencia - Mujeres	3
Nº Total de asistencia	18

Nº de Consejos de Administración celebrados	12
Asistencia - Hombres	4
Asistencia - Mujeres	1
Nº Total de asistencia	6
Nº de Consejos de Vigilancia celebrados	12
Asistencia - Hombres	3
Asistencia - Mujeres	0
Nº Total de asistencia	3
Nº de comisiones de educación celebradas	2
Asistencia - Hombres	3
Asistencia - Mujeres	0
Nº Total de asistencia	3
Directivos procedentes de la comunidad local	18
Asistencia - Hombres	16
Asistencia - Mujeres	3
Nº Total de asistencia	18
Directivos procedentes de los lugares con operaciones significativas	0
Asistencia - Hombres	0
Asistencia - Mujeres	0
Nº Total de asistencia	0
M3D3 M3D3. Autogestión y Autonomía Dimensión 3 Transparencia Informativa M3D3P1. Transparencia Informativa *	En el 2014
Monto gastado en informar sobre Asambleas	700
Monto gastado en informar sobre Consejos de Administración	400
Monto gastado en transmitir otras informaciones (No incluir el gasto en publicidad)	3600
M3D3P2. Medios para comunicar información. *	En el 2014
MEDIO DE INFORMACIÓN (Prensa, Radio, TV)	
Prensa	1
Radio	1
TV	1
TIPO DE COMUNICACIÓN (Sobre asambleas, general para socios)	
Prensa	2
Radio	2
TV	2

FRECUENCIA	
Mensual	X
Trimestral	
Semestral	
Anual	
\$ Monto total invertido en Comunicación.	4600
Dimensión 4 Acuerdos con otras organizaciones externas a la EPS y SFPs	Nº de acuerdos 2014
Nº de acuerdos y montos con otras organizaciones que no pertenezcan a la EPS y SFPs	13
Aportes de la entidad al capital social de otras organizaciones	0
Créditos bancarios no procedentes del sistema financiero popular y solidario	0
Operaciones con proveedores no miembros de la economía popular y solidaria	1000
Numero de gremios a los que pertenece la entidad (no organismos de integración)	0
Nº de acuerdos con ONG y organismos internacionales	0
¶M3D4P2. Puestos que posee la cooperativa en órganos de dirección de otras entidades no pertenecientes EPS y SFPs *	Nº Total 2014
Consejo de Administración	0
Consejo de Vigilancia	0
Comisión de Educación	0
Otras comisiones	0
Otras comisiones	0
Otras comisiones	0
Gerencia	0

[M3D4P3. Participación de otras entidades que no pertenecen a la EPS (Real) y SFP3 (financiero) en los órganos de la cooperativa. *	
	En el 2014
Consejo de Administración	0
Consejo de Vigilancia	0
Comisión de Educación	0
Otras comisiones	0
Otras comisiones	0
Otras comisiones	0
Gerencia	0
M3D6 M3D6. Autogestión y Autonomía Dimensión 6 Relación con el Estado M3D6P1. Impuestos totales pagados *	
	Impuestos pagados 2014
IVA	66872,69
Impuesto a la renta	69399,48
Otros	90912,89
M3D6P2. Valor de aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social - IESS. * IESS	
	En el 2014
Nº de Trabajadores afiliados	140
↓ Monto que aportó la empresa	150208
↓ Monto que aportaron los trabajadores	118934,48
M3D6P4. Sanciones y multas *	
	En el 2014
Nº de Sanciones y multas	0
↓ Monto Total en Sanciones y multas	0
M3D6 M3D6. Autogestión y Autonomía Dimensión 6 Estructura del patrimonio [M3D6P1. Estructura Financiera *	
	Monto Total 2014 (USD)
Patrimonio neto	7872030,12
Capital cooperativo suscrito	4839635,37
Capital cooperativo integrado	0
Donativos recibidos	0
Cuota de capital propiedad de otra entidad	0

[M3D4P3. Participación de otras entidades que no pertenecen a la EPS (Real) y SFP3 (financiero) en los órganos de la cooperativa. *	
	En el 2014
Consejo de Administración	0
Consejo de Vigilancia	0
Comisión de Educación	0
Otras comisiones	0
Otras comisiones	0
Otras comisiones	0
Gerencia	0
M3D6 M3D6. Autogestión y Autonomía Dimensión 6 Relación con el Estado M3D6P1. Impuestos totales pagados *	
	Impuestos pagados 2014
IVA	66872,69
Impuesto a la renta	69399,48
Otros	90912,89
M3D6P2. Valor de aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social - IESS. * IESS	
	En el 2014
Nº de Trabajadores afiliados	140
↓ Monto que aportó la empresa	150208
↓ Monto que aportaron los trabajadores	118934,48
M3D6P4. Sanciones y multas *	
	En el 2014
Nº de Sanciones y multas	0
↓ Monto Total en Sanciones y multas	0
M3D6 M3D6. Autogestión y Autonomía Dimensión 6 Estructura del patrimonio [M3D6P1. Estructura Financiera *	
	Monto Total 2014 (USD)
Patrimonio neto	7872030,12
Capital cooperativo suscrito	4839635,37
Capital cooperativo integrado	0
Donativos recibidos	0
Cuota de capital propiedad de otra entidad	0

[M3D7P2. Equilibrio real de poder entre asociados	
	En el 2014
(%) de créditos otorgados a socios con depósitos inferiores al 20%	0
(%) de créditos otorgados a socios con aportes inferiores a la media	0,692526555
(%) de créditos inferiores al 30 %del PIB per cápita	0,2163
(%) de créditos con cuotas menores al 1% de PIB per cápita mensual	0,0168
(%) de créditos a socios que poseen el mínimo de capital exigido	0,115
Monto promedio de créditos de consumo a socios nuevos (1 vez) (USD)	5917
Monto promedio de créditos de vivienda a socios nuevos (1 vez) (USD)	0
Monto promedio de microcréditos a socios nuevos (1 vez) (USD)	4539
Monto promedio de créditos de comercio a socios nuevos (1 vez) (USD)	0
(SFPs) Monto promedio de los créditos vinculados - (USD)	7916
(SFPs) - (%) de créditos vinculados	0,012314464

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA BALANCE SOCIAL	
M05 EDUCACIÓN, CAPACITACIÓN Y COMUNICACIÓN	
	ÍNDICE
M6	
M6. Educación, Capacitación y Comunicación	
M6D1P1_1. Desarrollo de las capacidades de los actores relacionados a la organización + PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES EDUCATIVAS	
Asistencia	
	En el 2014
1. Destinada a trabajadores	8
2. Destinada a los asociados	1
3. Destinada a la Comunidad (Público de Interés)	0
Actividades de educación cooperativa	0
Actividades de capacitación técnica	0
Actividades culturales, deportivas, etc.	0
M6	
M6. Educación, Capacitación y Comunicación	
M6D1P1_1. Desarrollo de las capacidades de los actores relacionados a la organización + INVERSIÓN	
	En el 2014
1. Destinada a trabajadores	0
Actividades de educación cooperativa	0
Actividades de capacitación técnica	0
Actividades culturales, deportivas, etc.	0
2. Destinada a los asociados	0
Actividades de educación cooperativa	0
Actividades de capacitación técnica	0
Actividades culturales, deportivas, etc.	0
3. Destinada a la Comunidad (Público de Interés)	0
Actividades de educación cooperativa	0
Actividades de capacitación técnica	0
Actividades culturales, deportivas, etc.	0
4. Transferencia de fondos a otras entidades en donación u otros	0
Total invertido en educación, capacitación e Información, Fondo de educación y capacitación cooperativa.	0
Total Presupuestado por la Cooperativa en el periodo para educación, capacitación e Información, Fondo de educación y capacitación cooperativa.	0

MS02P1. Promoción de la EPS - Respecto al monto de Gastos Operativos *	
Monto invertido en promocionar la entidad y el resto de la EPS y SFPs (Eventos, ferias, conferencias, actos - NO Publicidad) USD	0
Número de actividades destinadas a la promoción de la EPS y SFPs	0
Monto invertido en publicidad para la entidad (USD)	0

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA BALANCE SOCIAL	
MDE COOPERACIÓN E INTEGRACIÓN DEL SECTOR ECONÓMICO POPULAR Y SOLIDARIO.	
M6	ÍNDICE
Intercooperación (Solidaridad con otras entidades de la Economía Social y Solidaria) *	
	En el año 2014
↓ Aportes de la entidad al capital social de otras organizaciones de la EPS y SFPs	0
↓ Monto de operaciones con proveedores de la EPS	0
↓ Monto de operaciones con clientes de la EPS	0
↓ Montos por inversión en entidades de la EPS	0
Nº de Miembros del C.A.D de la COAC que pertenecen a otros C.A.D de otras COAC's.	0
Nº de Miembros del C.A.D de la COAC que pertenecen a otros C.Vig. de otras COAC's.	0
Nº de Miembros del C.A.D de la COAC que pertenecen a una o varias Comisiones en otras COAC's.	0
Nº de Miembros del C.A.D de la COAC que pertenecen a la Gerencia de otra COAC.	0
M6D1P2. Intercooperación (Solidaridad con entidades del sector del SFPs) *	
	En el año 2014
Aportes de la entidad al capital social de otras organizaciones de la SFPs (USD)	0
Monto de las Operaciones de depósito en entidades del Sistema Financiero Popular y Solidario (USD)	0
Monto de las Operaciones de crédito con entidades del Sistema Financiero Popular y Solidario (USD)	0
Montos por inversión en entidades miembros del Sistema Financiero Popular y Solidario (USD)	0
Número de Puestos en órganos de otras entidades del SFPs - Consejo de Administración	0
Número de Puestos en órganos de otras entidades del SFPs - Consejo de Vigilancia	0
Número de Puestos en órganos de otras entidades del SFPs - Comisiones	0
Número de Puestos en órganos de otras entidades de la SFPs - Gerencia	0
M6D2P2. Integración sectorial - Solo para Cooperativas Financieras *	
	En el año 2014
Número de órganos de Integración a los que pertenece la Cooperativa Financiera	0
Aportes de la entidad al capital social de otras organizaciones del Sistema Financiero Popular y Solidario (USD)	0

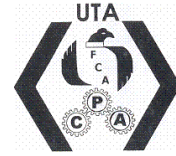
Monto (USD) de Operaciones de crédito con el SFPs acogidas a convenios	0
Número de Puestos en órganos de dirección de entidades del SFPs - Consejo de Administración	0
Número de Puestos en órganos de dirección de entidades del SFPs - Consejo de Vigilancia	0
Número de Puestos en órganos de dirección de entidades del SFPs - Comisión de Educación	0
Número de Puestos en órganos de dirección de entidades del SFPs - Otras comisiones	0
Número de Puestos en órganos de dirección de entidades del SFPs - Gerencia	0
Número de Puestos en órganos de dirección de entidades del SFPs - Asamblea	0

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA	
BALANCE SOCIAL	
M7 COM PROMISO SOCIAL, SOLIDARIO, COMUNITARIO Y AMBIENTAL	
	ÍNDICE
M7D1P1_2. Comercio justo *	
M7D1P3. Entidades de Comercio Justo *	
	En el año 2014
Porcentaje de compras realizadas a entidades reconocidas como de comercio justo	0
Porcentaje de ventas realizadas a entidades reconocidas como de comercio justo	0
Porcentaje de depósitos procedentes de entidades reconocidas como de comercio justo	0
Porcentaje de créditos otorgados a entidades reconocidas como de comercio justo	0
M7D2P2. Comunidad. *	
	En el año 2014
Donaciones a instituciones sociales de la comunidad (USD)	4000
Monto invertido en actividades socioculturales (USD)	2000
M7D3P2. Medio Ambiente. *	
	En el año 2014
Porcentaje de empleados formados en aspectos medioambientales	0
Inversión medio ambiental por asociado (USD)	0
Horas de formación medio ambiental por trabajador	0
Horas de formación medio ambiental por asociado	0
Monto invertido en acciones medioambientales (USD)	0
Número de actividades de medioambiente realizadas	0



Anexo 2. Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



ENCUESTA PARA EL PERSONAL ENCARGADO DE ELABORAR EL BALANCE SOCIAL DE LAS COAC SEGMENTO 1-ZONA 3

Objetivo: Analizar la incidencia del Balance Social; estudiando la forma en que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 – Zona 3 lo elaboran y presentan, para la determinación del cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

Instructivo: Sírvase contestar con la mayor sinceridad las siguientes preguntas, marque con una x la respuesta o respuestas correctas.

Preguntas:

1. Datos personales:

Género

Femenino _____
Masculino _____

Edad

Menos de 20
 De 20 a 26
 De 27 a 33
 De 34 a 40
 Más de 40

Estudios

Secundaria
 Universitaria (¿Rama o carrera?) _____
 Postgrado (Especifique) _____

2. ¿Por cuánto tiempo colabora en la institución?

Menos de 5
 De 5 a 10
 Más de 10

3. ¿Usted ha escuchado hablar de la Responsabilidad Social Empresarial?

SI _____
NO _____

4. Según lo que usted sabe, se imagina o ha escuchado, defina brevemente a la Responsabilidad Social Empresarial. _____

5. Elija como máximo tres opciones que usted asocia con la Responsabilidad Social Empresarial. (Y ordénelas de acuerdo a su importancia 3 muy importante, 2 importante y 1 poco importante)
- Mejoramiento de la imagen empresarial
 - Ayuda a la comunidad
 - Disminución de impuestos
 - Calidad de vida laboral
 - Cumplimiento de la ley
 - Hacerse cargo de los problemas de la sociedad
 - Cuidar el medio ambiente y el entorno donde se vive
 - Otro (Especifique cuál) _____
6. Desde su perspectiva, ¿en qué ámbitos o grupos de personas (stakeholders) debería enfocarse principalmente la Responsabilidad Social Empresarial? (Escoja un máximo de tres; y, ordénelas de acuerdo a su importancia 3 muy importante, 2 importante y 1 poco importante)
- Comunidad
 - Directivos
 - Socios - Inversionistas
 - Medio Ambiente
 - Gobierno
 - Empleados
 - Otro (Especifique cuál) _____
7. De las actividades mencionadas a continuación ¿cuáles considera usted que deberían practicar las empresas para ser más socialmente responsables? (Seleccione máximo tres; y, asígneles un orden de importancia, 3 muy importante, 2 importante y 1 poco importante)
- No dañar la naturaleza, no contaminar
 - Proyectos de ayuda comunitaria
 - Generar mayores utilidades
 - Programas de capacitación y motivación continua al personal
 - Preocuparse más por si mismo que por la sociedad
 - Brindar equidad de género en todos los niveles de la organización
 - Atropellar los derechos de los socios - inversionistas
 - Comprometer a la sociedad (inversión de excedentes)
 - Otro (Especifique cuál) _____
8. ¿Cómo cree usted que la gente se da cuenta si una empresa es o no socialmente responsable? (Seleccione un máximo de tres opciones de respuesta, y

ordénelas de acuerdo a su importancia 3 muy importante, 2 importante y 1 poco importante)

- Buen producto, servicio, atención
- Por el trato de los empleados
- Por los medios de comunicación
- Por la satisfacción de los clientes
- Por su aporte a la comunidad-Prestigio
- Por la cantidad de socios - inversionistas
- Porque cumplen con lo que prometen
- Cumplimiento de la normativa vigente
- Posicionamiento en el mercado
- No dañan al medio ambiente
- La gente no se da cuenta
- Otro (Especifique cuál) _____

9. Teniendo en cuenta una escala del 1 a 5 en la que uno es pésimo y 5 excelente. ¿Qué calificación le pondría a la Cooperativa en lo referente al cumplimiento de su Responsabilidad Social Empresarial?

1 2 3 4 5

10. De las operaciones que actualmente realiza la cooperativa, ¿hay alguna que pueda ser considerada como irresponsable?

SI ¿Cuál? _____

NO

11. ¿Conoce algunas de estas certificaciones en Responsabilidad Social Empresarial?

SA 8000 - ISO 26000 - SGE 21

SI

NO

12. ¿Cuán importante considera que las cooperativas de Ahorro y Crédito alcance certificaciones en Responsabilidad Social?

Muy importa

Importante

Poco importante

13. ¿Cree usted que las cooperativas deben publicar sus acciones socialmente responsables a la sociedad?

SI

NO

14. ¿La cooperativa elabora informes de Responsabilidad Social Empresarial (Balance Social) con una metodología específica, reportando impactos

positivos y negativos en la triple cuenta de resultados (desempeño en la dimensión social, económica y ambiental)?

SI ___

NO ___

Gracias por su amable colaboración.