



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

DIRECCIÓN DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES EN
ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

TEMA:

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA
PARA MEJORAR LA FUENTE DE FINANCIAMIENTO, PARA LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACEC LTDA. DE LA CIUDAD
LATACUNGA**

Trabajo de Investigación previo a la obtención del grado de Magister en
Administración de las Organizaciones en Economía Social Y Solidaria

Autora

Mullo Casillas Nancy Jacqueline

Tutor

Ing. Edison Marcelo Coba M. Mg.

AMBATO– ECUADOR

2018

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

Yo, Nancy Jacqueline Mullo Casillas, declaro ser autor del trabajo de titulación con el nombre “La Responsabilidad Social Empresarial como herramienta para mejorar la fuente de financiamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda.”, como requisito para optar al grado de “Magister en Administración de las Organizaciones en Economía Social Y Solidaria” y, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 08 días del mes de Agosto de 2017, firmo conforme:

Autor: Nancy Jacqueline Mullo Casillas

Firma:

Número de Cédula: 050227558-9

Dirección: Latacunga Isla Marchena y el Junco

Correo Electrónico: nancymullo@yahoo.com

Teléfono: 0998667048

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR LA FUENTE DE FINANCIAMIENTO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACEC LTDA.” presentado por Nancy Jacqueline Mullo Casillas para optar por el Título de Magister en Administración de las Organizaciones en Economía Social Y Solidaria,

CERTIFICO

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

Ambato, 15 de Enero de 2018,

Ing. Edison Marcelo Coba Molina, Mg.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

Ambato, 15 de Enero de 2018,

Nancy Jacqueline Mullo Casillas
CI. 0502275589

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El trabajo de Investigación Científica ha sido revisado, aprobado y autorizado para su impresión y empastado, sobre el Tema: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR LA FUENTE DE FINANCIAMIENTO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACEC LTDA., previa la obtención del Título de Magister en Administración de las Organizaciones en Economía Social y Solidaria, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 15 Enero del 2018

.....

Ing. Jacqueline Peñaherrera Melo, Mg.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Ing. Ibeth Aracelly Molina Arcos, Mg.
VOCAL - EXAMINADOR

.....

TUTOR: Ing. Edison Marcelo Coba M., Mg.
VOCAL - DIRECTOR

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como en mi carrera de vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo enseñándome responsabilidad y perseverancia para alcanzar mis objetivos.

A Isaac Agustín Paredes por ser la persona más importante en mi vida y ser incondicional con su apoyo para que sea una mejor persona.

A todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron y contribuyeron para la realización de este estudio y permitieron obtener los mejores resultados.

Nancy Jacqueline Mullo Casillas

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar acompañándome en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y estímulo durante todo el periodo de estudio en un nuevo ciclo de vida.

Mi más sincero agradecimiento a mis maestros y mentores por su dedicación, sus conocimientos y experiencias compartidos que han marcado un modelo de ejemplo en la búsqueda del conocimiento.

Gracias

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN DE REPOSITORIO	ii
APROBACIÓN TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
INTRODUCCIÓN	1
Importancia y actualidad	1
Planteamiento del problema.....	3
Justificación.....	5
Objetivos	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos.....	11
CAPITULO I	
Marco Teórico.....	12
Antecedentes de la investigación	12
Desarrollo Teórico del Objeto y de campo	18
Definiciones de RSE.....	18
Modelos de Responsabilidad Social Empresarial.....	20
Etapas del Proceso de implementación de RSE	22
Fuentes de Financiamiento.....	28
Definiciones de Financiamiento	28
Tipos de Financiamiento	31
Requerimientos para el Financiamiento.....	33
CAPITULO II	
Diseño metodológico	38
Paradigma y tipo de investigación	38

Paradigma de la investigación	38
Modalidad y tipo de la investigación	38
Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de datos	39
Población y muestra.....	39
Operacionalización de Variables	41
Plan de Recolección de la información.....	44
Planes de procesamiento y análisis de la información.....	48
Diagnóstico de la Institución.....	48
Antecedentes de la Institución.....	48
Análisis Macro ambiente.....	52
Análisis Microambiente	54
Diagnóstico situacional	55
Análisis de resultados globales de los Indicadores de Balance Social	66
Análisis de resultados de la encuesta	68
CAPITULO 3	
Propuesta de solución al problema.....	78
Nombre de la propuesta	79
Objetivos	79
Elementos de la propuesta.....	79
Explicación de cómo la propuesta contribuye a solucionar la insuficiencias detectadas en el diagnóstico	88
Premisas para su implementación.....	90
Validación práctica parcial de la propuesta	92
Aplicación práctica de la propuesta y comprobación de los resultados	92
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
Conclusiones	98
Recomendaciones.....	100
BIBLIOGRAFÍA	101

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Composición de Financiamiento interno Coop. CACEC Ltda.....	31
Tabla 2. Medición de Indicadores Financieros Conafips.....	34
Tabla 3. Medición de Indicadores de Desempeño Social Conafips.....	34
Tabla 4. Operacionalización de Variables / Principios del cooperativismo.....	42
Tabla 5. Operacionalización de Variables / El Financiamiento.....	43
Tabla 6. Área de influencia.....	50
Tabla 7. Productos del Ahorro.....	52
Tabla 8. Indicadores Principio 1 Adhesión abierta y voluntaria.....	57
Tabla 9. Indicadores Principio 2 Control igualitario de sus socios.....	58
Tabla 10. Indicadores Principio 3 Participación económica de sus integrantes	59
Tabla 11. Indicadores Principio 4 Autonomía e independencia.....	60
Tabla 12. Indicadores Principio 5 Educación, entrenamiento e información.....	62
Tabla 13. Indicadores Principio 6 Cooperación entre cooperativas.....	63
Tabla 14. Indicadores Principio 7 Compromiso con la comunidad.....	64
Tabla 15. Indicadores Financiamiento.....	66
Tabla 16. Indicadores Balance Social.....	67
Tabla 17. Calidad en el servicio financiero PREGUNTA 1.....	68
Tabla 18. Satisfacción de necesidades PREGUNTA 2.....	69
Tabla 19. Motivos de apertura de cuenta PREGUNTA 3.....	70
Tabla 20. Tiempos de respuesta PREGUNTA 4.....	71
Tabla 21. Motivos para mantenerse en la institución PREGUNTA 5.....	72
Tabla 22. Calificación del personal PREGUNTA 6.....	73
Tabla 23. Temas de capacitación PREGUNTA 7.....	74
Tabla 24. Aspectos a mejorar PREGUNTA 8.....	75
Tabla 25. Motivos para no asistencia a asambleas PREGUNTA 9.....	76
Tabla 26. Plan de Acción Principio Adhesión abierta y voluntaria / Indicador Porcentaje de socios nuevos.....	82
Tabla 27. Plan de Acción Principio Adhesión abierta y voluntaria / Indicador Porcentaje de socios Ahorristas.....	83
Tabla 28. Plan de Acción Principio Adhesión abierta y voluntaria / Indicador Porcentaje de deserción de socios.....	84

Tabla 29. Plan de Acción Principio Educación, entrenamiento e información / Indicador Número de socios en programas de capacitación y formación.....	85
Tabla 30. Plan de Acción Principio Cooperación entre cooperativas / Indicador Fondeo procedente de cooperativas de ahorro y crédito	86
Tabla 31. Plan de Acción Principio Compromiso con la comunidad / Indicador porcentaje de eventos de apoyo a socios y clientes en ámbitos distintos a servicios financieros	87
Tabla 32. Indicadores Principio 1 Adhesión abierta y voluntaria con la aplicación de la propuesta.....	93
Tabla 33. Indicadores Principio 5 Educación, entrenamiento e información con la aplicación de la propuesta	94
Tabla 34. Indicadores Balance Social con la aplicación de la propuesta.....	95
Tabla 35. Indicadores Financiamiento con la aplicación de la propuesta.....	97

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de Problemas.....	5
Gráfico 2. Composición de Financiamiento interno Coop. CACEC Ltda.....	32
Gráfico 3. Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores Primarios del Cotopaxi	49
Gráfico 4. Mapa de atención	51
Gráfico 5. Indicadores Principio 1 Adhesión abierta y voluntaria.....	57
Gráfico 6. Indicadores Principio 2 Control igualitario de sus socios.....	59
Gráfico 7. Indicadores Principio 3 Participación económica de sus integrantes. ..	60
Gráfico 8. Indicadores Principio 4 Autonomía e independencia	61
Gráfico 9. Indicadores Principio 5 Educación, entrenamiento e información	62
Gráfico 10. Indicadores Principio 6 Cooperación entre cooperativas.....	63
Gráfico 11. Indicadores Principio 7 Compromiso con la comunidad	65
Gráfico 12. Indicadores de Financiamiento	66
Gráfico 13. Indicadores Balance Social	67
Gráfico 14. Calidad en el servicio financiero PREGUNTA 1	69
Gráfico 15. Satisfacción de necesidades PREGUNTA 2.....	70
Gráfico 16. Motivos de apertura de cuenta PREGUNTA 3.....	71
Gráfico 17. Tiempos de respuesta PREGUNTA 4.....	72
Gráfico 18. Motivos para mantenerse en la institución PREGUNTA 5	73
Gráfico 19. Calificación del personal PREGUNTA 6	74
Gráfico 20. Temas de capacitación PREGUNTA 7.....	75
Gráfico 21. Aspectos a mejorar PREGUNTA 8	76
Gráfico 22. Motivos para no asistencia a asambleas PREGUNTA 9	77
Gráfico 23. Indicadores Principio 1 Adhesión abierta y voluntaria con la aplicación de la propuesta.....	93
Gráfico 24. Indicadores Principio 5 Educación, entrenamiento e información con la aplicación de la propuesta	94
Gráfico 25. Indicadores Balance Social con la aplicación de la propuesta.....	95
Gráfico 26 . Indicadores de Financiamiento con la aplicación de la propuesta.....	97

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES EN
ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

TEMA: " LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR LA FUENTE DE FINANCIAMIENTO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACEC LTDA.

AUTOR: Nancy Jacqueline Mullo Casillas

TUTOR: Ing. Edisson Marcelo Coba M.,Mg

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación surge de una necesidad de la Cooperativa de ahorro y crédito CACEC Ltda., para obtener financiamiento a bajo costo. Considerando que este aspecto representa una de las problemática de mayor incidencia en sector cooperativo, debido al alto valor de los recursos monetarios que se requiere para la actividad de intermediación financiera. Con la construcción de planes de acción se pretende optimizar los indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial aplicando una metodología basada en los principios del Cooperativismo. Los resultados permiten acceder al fondeo en instituciones que ofrecen financiamiento con tasas entre el 2% y el 6%, con lo que se logra productos financieros de crédito a menor costo que redundan en el bienestar de los socios y clientes de la Cooperativa. Para el estudio se emplearon como insumos la información levantada de los indicadores del Balance Social de la institución con lo que se establece un diagnóstico situacional, identificando principalmente los indicadores para el financiamiento. Además, se aplicó una encuesta a de socios y clientes lo que permitió identificar las necesidades y preferencia con el fin de mejorar indicadores de Responsabilidad Social. Los planes de acción que resultaron del estudio se aplicaron y se registra la mejora de los indicadores relacionados con los principios de Adhesión Libre y Voluntaria; y, de Educación e Información. Esta mejora no solo repercute en la gestión de la organización sino que permitió ser considerada por la Instituciones fondeadoras nacionales e internacionales con acceso a financiamiento. El proyecto se pudo cristalizar debido al compromiso de toda la organización encabezado por la Gerencia. Finalmente se logró cumplir con los objetivos del estudio al incrementar el nivel de financiamiento y evidenciar un cambio de cultura organizacional orientado al bienestar de los clientes internos y externos.

DESCRIPTORES: Balance Social, Fondeo para cooperativas, Responsabilidad Social Empresarial

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES EN
ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

THEME: "CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A TOOL TO IMPROVE THE SOURCE OF FINANCING AT COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACEC LTDA."

AUTHOR: Ing. Nancy Jacqueline Mullo Casillas

TUTOR: Ing. Edisson Marcelo Coba M.,Mg

ABSTRACT

This research is born from a need of the Cooperativa de ahorro y crédito CACEC Ltda., to obtain financing at low cost. Considering that this aspect represents one of the problems of greater incidence in the cooperative sector, due to the high value of the monetary resources that is require for the financial intermediation activity. With the construction of action plans aims to optimize the indicators of Corporate Social Responsibility by applying a methodology based on the principles of Cooperativism. The results allow access to funding in institutions that offer financing with rates between 2% and 6%, which results in financial products at a lower cost that leads to the well being of the members and clients of the Credit union. In the study, the information collected from the indicators of the Social Balance of the institution were used as inputs, with which a situational diagnosis was established, identifying mainly the indicators for financing. In addition, a survey of partners and clients was applied, which allowed the identification of needs and preferences in order to improve indicators of Social Responsibility. The action plans that resulted from the study were applied and the improvement of the indicators related to the principles of Free and Voluntary Adhesion; and, of Education and Information is registered. This improvement not only affects the management of the organization but also allowed the national and international funding institutions to consider it with access to financing. The project was fired due to the commitment of the entire organization headed by the Management. Finally, the study objectives were achieved by increasing the level of funding and evidencing a change in organizational culture oriented towards the well being of internal and external clients.

KEY WORDS: Social Balance, Funding for Credit union, Corporate Social Responsibili

INTRODUCCIÓN

Importancia y actualidad

La Responsabilidad Social Empresarial como herramienta para mejorar la fuente de financiamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda. es un proyecto cuya línea de investigación es Bienestar Humano, y la sub línea de investigación es Responsabilidad Social y Balance Social.

Las transformaciones estructurales planteadas por el Gobierno Nacional y contempladas en el Plan Nacional del Buen Vivir tienden hacia la construcción, de un estado popular, la acción colectiva en una sociedad es esencial para resolver problemas comunes. En este sentido esta investigación permitirá alcanzar los siguientes objetivos:

El objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir que consiste en mejorar la calidad de vida de la población, específicamente en la política 3.1 que consiste en promover el mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios de atención que componen el Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social De acuerdo a, (Semplades, 2014), debido a que al implementar un modelo de Responsabilidad Social en la cooperativa no solo se cumplirá con uno de los principios del Cooperativismo, sino que se alcanzará una mejor calidad de vida de los clientes internos y externos.

Adicional tiene inherencia en el objetivo 8 que se refiere a la consolidación del Sistema Social y Solidario, de forma sostenible en su política 8.7 al garantizar una

adecuada gestión de la liquidez para el desarrollo y para administrar el esquema monetario vigente. En cada uno de estos objetivos y políticas lleva enmarcada su importancia en virtud que la Responsabilidad social está enfocada en todos los actores relacionados con la Cooperativa interna y externamente, al garantizar la liquidez en las Cooperativas a bajo costo se podrían bajar los costos de las tasas de interés empleadas para la intermediación financiera.

Actualmente las entidades financieras están en la obligación de adoptar normas y directrices que aborden la responsabilidad social y empresarial, es así que las cooperativas de ahorro y crédito, al estar reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y al mismo tiempo pertenecer al sector financiero popular solidario, tienen como parte fundamental de sus objetivos el de ayudar a la comunidad en general, y al desarrollo pleno de esta.

La Responsabilidad Social Empresarial, se constituye, como una herramienta vanguardista; misma que contribuye a tomar decisiones que tendrán como consecuencia el mejoramiento empresarial y, de una forma directa, sobre la definición de políticas que direccionen la empresa a nivel social y económico.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda., no cuenta con un modelo de responsabilidad social empresarial, lo que le impide ser competitiva en el mercado en el que se desarrolla y a la vez, cumplir con lo estipulado por la ley y en el caso de estudio no permite por medio de esta tener acceso a fuentes de financiamiento nacionales y extranjeras en el volumen en el que la institución necesita.

En la cooperativa CACEC Ltda. se puede apreciar la inexistencia de políticas que referencien a la Responsabilidad Social y Empresarial y tampoco se vislumbra un presupuesto para su diseño e implementación formal; por lo tanto, no se cuenta con un adecuado programa de gestión responsable del riesgo, dirigida a los socios acerca del sobreendeudamiento y el cumplimiento o incumplimiento de sus obligaciones. Esto ocasiona que no exista una ventaja competitiva que haga ver a la organización como una cooperativa que aporte al desarrollo de la comunidad y de los socios.

La responsabilidad social empresarial se estipula como un compromiso voluntario de las empresas, para garantizar un crecimiento económico, social y ambientalmente responsable y por lo cual se deben generar acciones que conlleven al cumplimiento de estos objetivos; para lo anterior, es necesario identificar dentro de las organizaciones, aspectos o fallas que dificulten la normal puesta en marcha de estos procesos.

Cabe destacar, además, que la Cooperativa CACEC Ltda. al aplicar el modelo, puede utilizarlo como estrategia diferenciada, como factor de equidad y competitividad, y así generar mejores programas de incentivo al ahorro, como son la inversión y el crédito responsable, constituyéndose en una de las piedras angulares de la búsqueda del desarrollo de este modelo, que permitirá no solo cumplir con una normativa sino poder tener relaciones de financiamiento e inyección de capital sostenible logrando el bienestar de todos nuestros stakeholders.

Planteamiento del problema

La problemática que ha orientado a la elaboración de este proyecto consiste en el alto costo de los recursos financieros para realizar intermediación financiera y el escaso acceso a fuentes de financiamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda. en la ciudad de Latacunga.

La definición del problema se describe a continuación:

¿Qué herramienta se puede desarrollar en el sector cooperativo como medio para mejorar el acceso a fuentes de financiamiento de recursos monetarios?

Para realizar el análisis crítico se va a emplear el método del árbol de problemas que va a permitir determinar los problemas existentes identificando sus causas posibles, así como las consecuencias que pueden originar los mismos.

Siendo el problema central el elevado costo de los recursos financieros provenientes de socios inversionistas que se emplean en la colocación de créditos en el sector cooperativo en la ciudad de Latacunga siendo como caso de estudio la Cooperativa de Ahorro y crédito CACEC Ltda. el mismo que puede originarse debido a las siguientes causas como: Bajo nivel de monetarios en el mercado nacional en estos últimos años debido a la presencia de un nivel de recesión económica a nivel nacional, adicional debido a altos niveles de desconfianza de la ciudadanía en las instituciones financieras de la Economía Social y Solidaria., en virtud de los bajos sistemas de seguridad para los monetarios en las instituciones financieras de la Economía Social y Solidaria. Otro factor es la escasa cultura de ahorro de la ciudadanía precisamente provocadas por un desconocimiento de las ventajas de una cultura de ahorro en los clientes y socios de las cooperativas de ahorro y crédito, y otra causa es la elevada presencia de instituciones financieras informales o que ofertan elevadas tasas de interés pasivas que permiten una competencia desleal con el resto de instituciones. Todo esto conlleva a una limitada y falta de liquidez en las instituciones financieras, elevada salida de recursos financieros al exterior para inversiones, provocando altos niveles de endeudamiento para solventar las necesidades de consumo y de negocio mediante el acceso a créditos mismas que se han generado a altas tasas de interés activas en la concesión de créditos en la intermediación financiera, todo como consecuencia del problema central tema de estudio. El diseño del árbol de problemas permite analizar un resumen estructural de la problemática descrita de la siguiente manera:

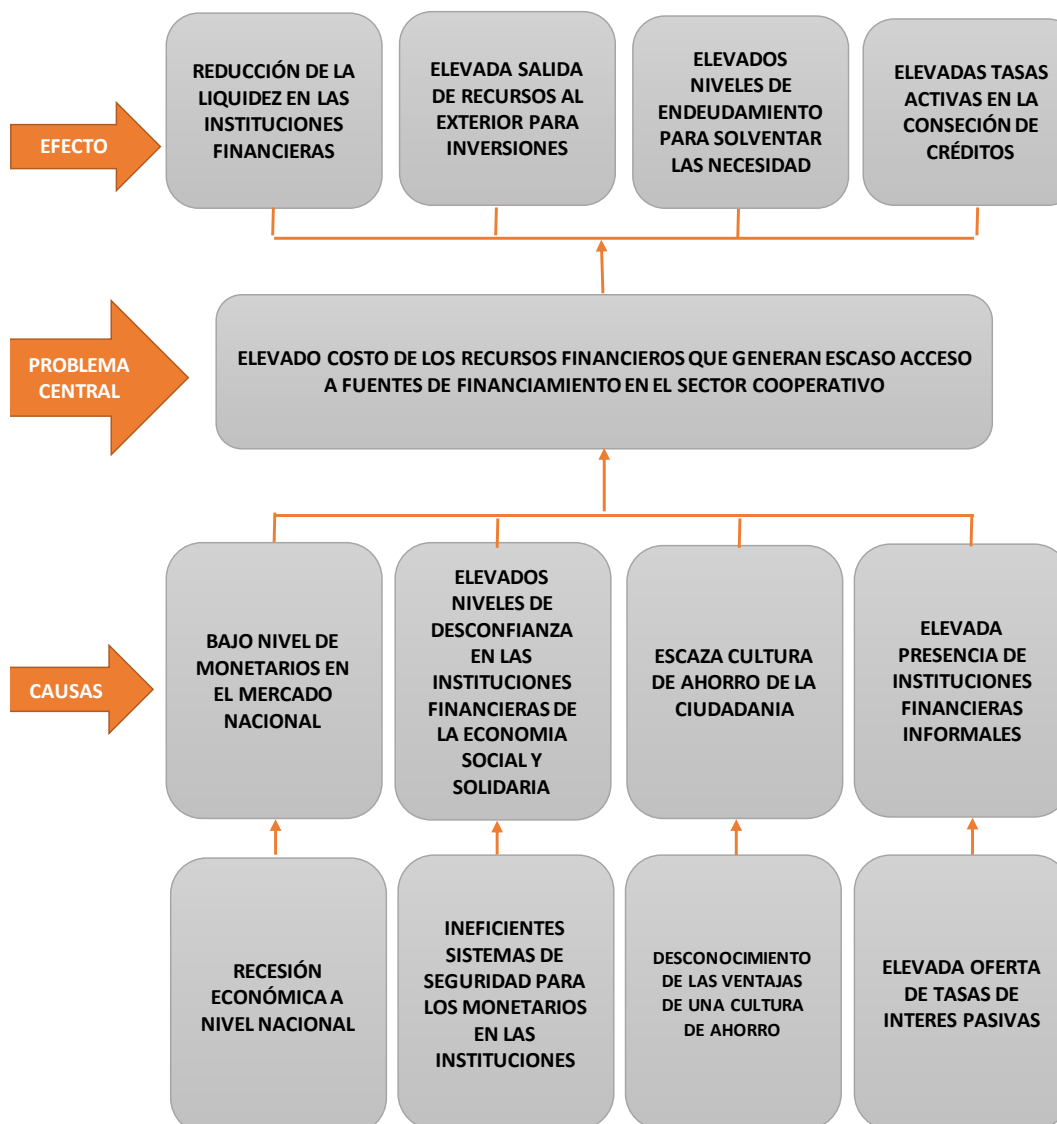


Gráfico 1. Árbol de Problemas
 Fuente: Autoría Propia
 Elaborado por: Nancy Mullo

Justificación

En el análisis Macro el sistema económico mundial requiere renovar su concepción a la igualdad en las relaciones de poder tanto entre países como en el interior de ellos a la redistribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital (Semplades, 2014). Esta concepción permitirá el desarrollo de aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas. Este suceso ha ocasionado que en el mundo se haya producido una creciente demanda por conocer la

transparencia del desempeño social de las organizaciones y en el caso de estudio las instituciones de micro finanzas, sin embargo indicadores que permitan medir los resultados sociales no han sido aceptados universalmente a pesar de los objetivos de doble retorno así como lo son el retorno social y el retorno financiero.

En la actualidad se han presentado algunas controversias que van desde una excesiva rentabilidad, tasas de interés muy elevadas en crédito, creciente sobreendeudamiento de los clientes, y casos de abuso sobre el cliente han generado el cuestionamiento sobre la reputación social, de igual manera que el impacto social y desarrollo de las micro finanzas podría estar exagerado, o que pudiera estar afectando a aquellos que fueron establecidos para ayudar han sido evidenciados y han obligado al sector a realizar un nuevo análisis de su responsabilidad social frente a los diversos actores que a cada una de ellas afectan y en los escenarios que participan.

El término Responsabilidad Social tiene sus orígenes a finales de la década de los cincuenta y a inicios de los sesenta, sin embargo es complicado situar su origen exacto. Fue en los Estados Unidos en donde se empieza a dar importancia a los riesgos inherentes que se generan en los trabajadores así como la contaminación con el medio ambiente, es decir ya no únicamente las empresas dedicarse a la producción de bienes y servicios.

Las empresas norteamericanas son aquellas que a finales de los sesenta y a inicios de los setenta se vieron en la necesidad de la existencia de una administración de información acerca de la responsabilidad social, que sería plasmada en los primeros balances sociales.

Desde Estados Unidos esta demanda de información del comportamiento en el contexto de la Responsabilidad social, se trasladó a Europa con ciertos lineamientos diferenciados a los primeros Balances sociales europeos de los norteamericanos. En Europa, toda la información estaba demandada por los mismos trabajadores es decir los primeros balances sociales estaban dirigidos a ellos, y por ende se explica la

mayor influencia de los grupos sindicales en el mundo empresarial europeo a diferencia del norteamericano.

En la década de los 70 se produce un auge del interés por la responsabilidad social empresarial, apareciendo entonces diversas iniciativas para ofrecer información de la misma, ya se iniciaron con el desarrollo de modelos que posteriormente se iban a ir perfeccionando.

Los años 80 se caracterizan porque, de entre los distintos objetivos de la actividad empresarial tanto variables de orden económico, financiero, productivo, comercial y la maximización del beneficio así como el enriquecimiento rápido se transformó en uno de los objetivos principales a alcanzar, dejando de lado cualquier otro interés que no fuera el económico, por ende los temas de responsabilidad social pasaron a segundo orden por ser una década de expansión y crecimiento.

A partir de los 90 en sí comenzó una preocupación por procesos relacionados a la responsabilidad social así como la información y los medios para llegar a su sostenibilidad y aparecen conceptos como medio ambiente y sociales y su respeto frente a ellas así como la búsqueda de acciones a largo plazo.

La idea de la responsabilidad social empresarial, desde finales de los años noventa, comenzó a ser asumida por numerosos actores del contexto político y económico mundial, incluidos instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos. En estos últimos años se está evidenciando que la sociedad demanda que las organizaciones reconozcan su capacidad de ocasionar impactos negativos sobre el medio y deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial con la voluntad de minimizar estos impactos en beneficio de sus actores.

La responsabilidad social empresarial en este sentido, no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino en la organización en sí misma, ya que es un ente con responsabilidad propia económica, social y

medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad.

En la actualidad mundial entonces la responsabilidad social empresarial supone por consiguiente, que la empresa se oriente no solo hacia la maximización de los beneficios económicos, sino también al bienestar social y protección ambiental. El comportamiento de la empresa se analiza a través de una serie de indicadores de desempeño a nivel interno y externo. En el sector Cooperativo en el mundo la orientación a la responsabilidad social, como ampliación del concepto de orientación al mercado, considera a todos los agentes de interés descritos por la Teoría de los Stakeholders. Se realizan modelos conceptuales de relaciones causales entre la orientación a la responsabilidad social en las sociedades cooperativas (ORSCOOP) y otras variables de naturaleza estratégica como son la satisfacción de los socios en todos sus ámbitos, la innovación, la calidad y el resultado. La validación empírica del modelo y su puesta en práctica ayudará a los cooperativistas y directivos a entender por qué deben prestar atención a cuestiones relativas a la responsabilidad social empresarial y qué pueden esperar de los esfuerzos que hagan en pro del rendimiento social, económico y medioambiental, desde una perspectiva sostenible y que permitirá obtener mejores resultados a las Cooperativas.

En Latinoamérica a menudo se relaciona la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) al Desarrollo Sustentable, concepto que cuenta con una amplia aceptación en entornos académicos, empresariales, políticos y de la sociedad civil, en efecto, su estrecha relación ayuda a explicar en parte por qué el concepto de RSE ha tenido un gradual crecimiento en su importancia en los últimos años. Si aceptamos como bueno y deseable que las empresas (sociales y de capital) incorporen la RSE dentro de su propuesta de valor, entonces es sumamente esencial medir el nivel de conocimiento, implementación y evaluación que se realiza de la RSE en sus tres ámbitos fundamentales, a saber, desempeño económico, social y medio ambiental. Por su naturaleza, se presume que las Empresas de la Economía Social están mejor equipadas tanto en su estructura organizacional como en sus principios y valores para enfrentar los desafíos que impone la RSE.

El Ecuador es un país de economía inestable, ocasionada por la falta de compromiso de los gobiernos de turno y el seguimiento de una planificación estratégica nacional, lo que ha llevado al país a niveles de subdesarrollo, sin embargo el último gobierno ha permitido el desarrollo y continuidad de ciertas políticas y normativas en las instituciones de control como la Super Intendencia de Economía Popular y Solidaria. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un modelo de gestión empresarial que se replica a nivel mundial respondiendo a la nueva tendencia global del desarrollo sostenible. En el Ecuador el tema de igual manera está ganando importancia, y por supuesto, nuestra participación en respuesta a esta nueva tendencia, ahora le ofrece la alternativa de crear valor agregado con RSE mediante sus actividades, y se constituye en un modelo de gestión empresarial, mediante cuyas actividades las empresas pueden rendir su aporte para un mundo mejor y al mismo tiempo generar beneficio propio. Las actividades de RSE se basan en la iniciativa y responsabilidad propia de las empresas y van más allá de sólo cumplir las leyes.

Uno de los principios de la Economía Popular Social y del Cooperativismos es la Responsabilidad Social o Balance Social, el mismo que rige a todas instituciones enmarcadas como Cooperativas de Ahorro y Crédito, Cajas de crédito, bancos comunales y cajas de ahorro, Cajas centrales, Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda, pero conforme a su segmento nace la obligación de presentar formalmente estructuras de Balance Social, para el caso de estudio la CACEC. Ltda. no está obligada a cumplir con este parámetro aun de acuerdo a la normativa, sin embargo los objetivos del estudio orientaron a su investigación, análisis e implementación.

A nivel nacional las instituciones financieras como son las cooperativas del segmento 3 en la Economía Social y Solidaria tienen una fuerte incidencia y problema latente que parte del alto costo de los recursos financieros que provienen de socios que fueron captados a elevadas tasas de interés, lo que se traslada a una alta tasa de interés activa a los socios y clientes en intereses para crédito, lo que implica que en gran parte el sector cooperativo no este contribuyendo a los principios de economía social y solidaria para los que han sido creados.

Las cooperativas de ahorro y crédito del segmento tres en la Provincia de Cotopaxi del cantón Latacunga; se han visto afectadas por la falta de liquidez debido a los múltiples factores socioeconómicos nacionales y locales; como la activación del volcán Cotopaxi; con lo que se vieron afectados muchísimos sectores del país, ciudad y provincia.

El sistema cooperativista debe procurar su permanencia a través del tiempo demostrando solidez, solvencia, liquidez basados en la responsabilidad del manejo de los fondos confiados por los socios. Además su razón de ser se basa en la igualdad de derechos y obligaciones para todos los asociados; de manera especial a las personas que no tienen acceso a productos financieros por su situación económica o social. Lastimosamente en la búsqueda de recursos ha generado una competencia desleal en el mercado financiero pagando altas tasas de interés y haciendo que las personas busquen la mejor opción. Y en virtud de estas razones las carencias y alto costo de los recursos.

Una de las alternativas que permitirían el acceso a financiamiento Nacional o internacional en instituciones financieras de fondeo de recursos monetarios para realizar las actividades de intermediación financiera y que permitan recursos financieros a bajo costo para poder conceder créditos a menores costos y de esta manera contribuir con un aporte al verdadero objeto de una economía social y solidaria, consiste en el desarrollo de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial.

Con el fin de hacer una propuesta tendiente a fortalecer el financiamiento de la inversión en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda. se examinan las principales características y condiciones que tendrá este modelo de Responsabilidad Social Empresarial acoplado a los requerimientos exigidos.

Primero se efectúa un diagnóstico de la situación actual de la institución financiera. Luego se analizan los principales factores de índole macro y microeconómica, así como ciertos rasgos estructurales que han determinado un bajo grado de desarrollo financiero y la falta de adecuación de los sistemas a las necesidades de

financiamiento de la inversión. Sobre la base de estos antecedentes, se realiza la propuesta orientada a elevar la capacidad de acceso a fuentes de financiamiento de largo plazo.

Objetivos

Objetivo General

- Aplicar la metodología de Responsabilidad Social Empresarial como instrumento para mejorar las fuentes de financiamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda.

Objetivos Específicos

- Desarrollar los fundamentos teóricos sobre la Responsabilidad Social Empresarial.
- Determinar las actuales fuentes y costos de financiamiento de la Cooperativas de Ahorro y crédito CACEC Ltda.
- Diseñar planes de acción para optimizar la Responsabilidad Social Empresarial para la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda. que permita mejorar el financiamiento.
- Evaluar la factibilidad de la aplicación de los planes de acción para optimizar la Responsabilidad Social Empresarial que permita mejorar el financiamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda.

CAPITULO I

Marco Teórico

En base al estudio realizado se confirma que no hay proyectos, ni trabajos realizados anteriormente para las Cooperativas de Ahorro y Crédito CACEC Ltda., del cantón de Latacunga, en relación a la Responsabilidad Social, por esa razón se procede a realizar a presente investigación.

Antecedentes de la investigación

Se presenta una recopilación de información de trabajos antes realizados y sus principales conclusiones:

En la investigación de, (Caro, 2015), “Responsabilidad Social en la cooperativas de Ahorro y crédito en Chile” se concluye:

“El objetivo de este trabajo de investigación era conocer el grado de integración de la Responsabilidad Social Empresarial en las Cooperativas de Ahorro y Crédito que operan en Chile, en términos generales es posible afirmar que el objetivo se cumplió a cabalidad, la muestra obtenida si bien no tiene las características de representatividad estadística del sector (no se construyó con ese propósito), es claramente un reflejo significativo de la realidad de las CAC en Chile, de hecho, participaron de este estudio la CAC con mayor número de socios y la CAC con menor número de socios.

Si se considera que el 54% de las CAC considere a la RSE un modelo de gestión útil para las cooperativas y que más del 90% declaren como importante el desarrollo de programas específicos de RSE, entonces estamos frente a un tema que tiene sentido para los tomadores de decisión al interior de estas organizaciones y posiblemente que existe un espacio para incorporar la RSE en la gestión de las CAC en Chile, Sin embargo esta voluntad contrasta con la realidad actual, donde sólo un 21% tiene asignado a un responsable específicamente para el desarrollo de la RSE.

Sin duda, la conclusión más evidente y preocupante a la vez del análisis realizado es que las CAC no tienen actualmente y no parece estar dentro de su agenda de corto plazo, el tema ambiental como una preocupación, no evalúan su impacto ni se proponen metas ambientales. Ahora bien, no es necesario tener manuales o programas de RSE para tener prácticas sostenibles y como se ha señalado, se supone que las empresas de la economía social cumplen naturalmente con este tipo de prácticas, en especial con los trabajadores, desde esta perspectiva se observó que un gran número de CAC efectivamente poseen canales de participación para ellos, sin embargo existen espacios de mejoras significativos respecto de la igualdad de género y la seguridad en el trabajo.

Es posible observar que las CAC, no están involucradas comunicacionalmente en profundidad con el concepto de RSE, aunque lo conocen no lo difunden entre sus socios/clientes, es decir la comunicación de las actividades de RSE se difunden bajo otras nomenclaturas más asociadas al mundo cooperativo, como “Bienestar para los Socios” y “Beneficios”, ente otros, esto no tiene una connotación necesariamente negativa, pero retrasa la incorporación del concepto en la toma de decisiones.

Uno de los resultados más llamativos del presente estudio es la relación “participativa” entre los socios/clientes y sus cooperativas, efectivamente las CAC se han ocupado de mantener un vínculo cercano, lo que resulta absolutamente coherente con los principios tanto de la economía social como de la responsabilidad social empresarial”.

De igual manera en su estudio, (Iturrioz del Campo & Dopacio, 2009), “La Responsabilidad Social en las sociedades cooperativas: una perspectiva económica financiera” llega a las siguientes conclusiones:

“El análisis de aplicar a las sociedades cooperativas los diferentes requisitos que habitualmente se consideran a la hora de determinar si una empresa es socialmente responsable, pone de manifiesto el cumplimiento de muchos aspectos entre los que destacan:

En la relación con los socios se cumple el principio de remuneración justa basada en su participación en el proceso productivo y no en su aportación al capital social. Además, la toma de decisiones se realiza de forma democrática. Por ello, tanto la retribución como la toma de decisiones no se basa en el criterio de aportación al capital social, tal y como ocurre en las sociedades capitalistas convencionales.

Los trabajadores cumplen los requisitos exigidos en aquellas cooperativas en las que además tienen la condición de socios (tanto como socios trabajadores como en el caso de socios de trabajo). Estos socios son retribuidos en función de su actividad laboral y participan en la toma de decisiones de forma democrática. De todas formas, los trabajadores asalariados también cuentan a su favor con elementos como la posible participación en el resultado, lo que supone un aliciente para su implicación con la actividad empresarial.

Por lo que respecta a los proveedores y clientes de aquellas cooperativas en las que son a la vez socios, no se limitan a cumplir con los requisitos mínimos exigidos. La doble condición de proveedores-socios o clientes socios, supera con creces las condiciones que se dan en las empresas en las que son simples compradores o vendedores. Así, la retribución se basa en el número de productos que compran o venden a la cooperativa. Además, participan en la toma de decisiones y disponen de una reserva específica (FEP) cuyo objetivo es su formación y promoción.

En definitiva las sociedades cooperativas, por su condición como tales, cumplen o se acercan al cumplimiento de los requisitos relacionados con los interlocutores.

Por su parte las características vinculadas al entorno dependen en mayor medida de la actividad, sector, y funcionamiento particular de cada cooperativa”.

En la misma línea de estudio, (Lanchi & Noboa, 2014), “Responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito en el sector sur del M. de Quito y su aporte a la Economía Social y Solidaria” concluye:

“El Cooperativismo con sus distintas formas, así como con sus contenidos que los distinguen, debe ser considerado como un fenómeno específico del mundo moderno ya que es una manera distinta de hacer economía y de transformación social y cultural.

El Ecuador es un sistema sólido que cumple con la separación en las unidades financieras tradicionales y las de la EPS. Existiendo una diferencia en el sistema de generación de ganancias.

Se establece el cumplimiento de los principios del cooperativismo como normativa ya que se encuentran supervisadas y controladas por los entes asignados a estas funciones.

Existe crecimiento en la colocación de créditos y cabe destacar que el de mayor acogida es el denominado el ahorro del negocio que en el año 2013 tuvo un incremento del 2.44% respecto al manejado en el 2012, en segundo lugar tienen a caja comunal con un crecimiento del 0.89% con relación al año anterior, crecimiento que se ha obtenido partiendo del principio de asociatividad y cumplimiento de las normativas vigentes”.

El estudio se encuentra enfocado en una institución de la Economía Popular y Solidaria, teniendo en cuenta que la economía popular tiene relación con todas las actividades y prácticas económicas propias de los actores económicos populares en una sociedad no necesariamente enfocadas a familias pobres o informales (Coraggio, 1991). En las últimas décadas se ha promovido de una forma creciente un cambio de mentalidad en la cultura de las organizaciones y en especial de la

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tratando de hacer conciencia acerca de las repercusiones que tendrán las acciones tanto en la actividad económica medio ambiente y la sociedad en general (Comisión de Comunidades Europeas, 2001). Si se realiza un análisis de la historia de la RSE, nace en el primer cuarto de siglo XX y se fortalece en los 50' y 60'. Sus inicios parten en la idea en que las empresas usan los recursos de la sociedad, se deben devolver los beneficios que generan por el uso de éstos.

Conforme sus orígenes se señala que Estados Unidos y la iglesia Católica como los impulsores a fines del siglo diecinueve y principios del veinte del concepto de que el trabajador como sujeto de derechos, derecho a un trabajo y como retribución de este derecho a un ingreso (Baltera, 2005), y el pensamiento de una filosofía entorno a beneficios de los empleados.

Para llegar a una definición concreta se debe analizar algunos conceptos de diferentes autores sobre la responsabilidad social, entre ellos podemos nombrar a Milton Friedman, un reconocido economista liberal y premio nobel de economía en 1976, quien hace casi cuatro décadas se refirió a la responsabilidad social en uno de sus artículos publicados en 1970 en el New York Times; indica que: La única y mayor responsabilidad social de los gerentes es aumentar al máximo las utilidades obtenidas por la empresa para sus accionistas, destacando además que el comportamiento socialmente responsable es más propio de las personas que de las organizaciones. Al analizar los planteamientos de Friedman les denomina como la empresa narcisista. (Compartiendo Experiencia Universitaria, 2014).

Como se mencionó anteriormente la RSE es un modelo de gestión empresarial (Páez, 2014), a través de cuyas actividades las empresas u organizaciones pueden rendir su aporte para un mundo mejor y al mismo tiempo crear beneficios para sus colaboradores y clientes, este modelo se basa en la iniciativa y responsabilidad propia de las empresas y van más allá de sólo cumplir las leyes.

Pueden existir muchas definiciones acerca del término Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sin embargo, no existe un consenso internacional en relación a

este concepto y diversas designaciones se le han dado, tales como: responsabilidad social de la empresa, ciudadanía corporativa, negocios inclusivos, filantropía corporativa, triple balance, empresa responsable y sostenible, inversión social empresarial, negocios en la base de la pirámide, responsabilidad ambiental, sostenibilidad social ambiental, oportunidad social corporativa, emprendimiento social corporativo, ética empresarial, responsabilidad social universitaria; entre otros como se le conoce (Lozano, 2005). Existen un sin número de problemas a nivel mundial (crisis financiera, calentamiento global, pobreza creciente, desnutrición, falta de agua potable, conflictos bélicos, etc) y se demandan responsabilidades por las consecuencias negativas que estos aspectos han generado en grupos poblacionales. No se trata sólo de buscar culpables sino de ubicar “responsabilidades”, definir causas y diseñar alternativas de solución viables a los grandes problemas que vivimos. Esto es una labor de todos y con todos. Sería uno de los conceptos que se aproxima puesto que es una labor de todos.

La RSE es un proceso que contiene necesariamente la gestión de la actividad empresarial en su relación con los stakeholders o grupos de interés tanto internos como externos. Un proceso de gestión que también comporta un nuevo modelo de gestión de las externalidades empresariales en lo económico, social y medioambiental (Fernández R. , 2009).

Entonces se puede deducir que la Responsabilidad Social Empresarial implica que las organizaciones por normativa deben cumplir con un estricto marco legal y vigente conforme a cada país que puede estar representado y controlado por una institución que haga las funciones de ente de supervisión, y adicional asumir voluntariamente una serie de comportamientos éticos de índole social, laborales, medioambientales, etc. derivados de las relaciones que se tiene con sus grupos de interés (De Castro, 2005), comportamientos que serán sustentables en el tiempo y permitirán tener una ventaja competitiva a la organización en el desarrollo de sus gestiones con relación a las empresas en su entorno.

Debido a que la institución seleccionada como caso de estudio es una entidad que realiza intermediación financiera cabe destacar que dentro del entorno financiero la

mayoría de instituciones financieras buscan la acumulación y crecimiento excesivo de sus patrimonios, sus activos y utilidades (Vilanova, 2009) teniendo una contraposición con el objeto de la Responsabilidad social.

Desarrollo Teórico del Objeto y de campo

Definiciones de RSE

La RSE es un concepto que se sigue desarrollando en la búsqueda de consensos mínimos sobre el tema. Tal ha sido la importancia del tema que Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que ha producido normativas para asegurar la calidad de los procesos técnicos y medioambientales de las organizaciones, han contribuido con sus esfuerzos para hacer una guía normativa que intenta unificar criterios para que cualquier empresa con sentido ético pueda implementar una gestión con responsabilidad social. Se trata de la (Norma Iso 26000, 2014), la cual define la RSE como: “La forma en que la empresa asume su responsabilidad por los impactos que sus actividades tienen en la sociedad y el ambiente a través de un comportamiento transparente y ético”.

De la misma manera la Responsabilidad Social es definida por (Guédez , 2006), como la capacidad de un individuo o grupos de individuos por dar contestación de lo que se hace o se deja de hacer, así como de las secuelas de sus actos. Esta respuesta es hacia los demás no hacia el individuo mismo.

Otras percepciones que indican que la Rse se generaría por la presión de grupos externos a la organización conservacionistas, consumidores y protectores del medio ambiente (Cuesta , 2005), haciendo necesaria su implementación, sin embargo la relación entre el Rse y el rendimiento financiero es decir sobre los resultados de la organización, enmarcándose en que es un generador de confianza y una mejor reputación las organizaciones que la practiquen y por ende favorecen sus resultados económicos (Server & Villalonga, 2005) estableciendo de esta forma ventaja competitiva del resto de empresas. E inclusive el desarrollo de empresas sostenibles

en el largo plazo con efectos de motivación como reputación, ventaja competitiva e inclusive moda (Melé, 2004)

Por otra parte, (Hart, 1995) motiva a la empresas a desarrollar sus recursos y capacidades en términos de la RSE para obtener beneficios no en el corto sino en el largo plazo. Así considerándose al RSE como el recurso intangible de las organizaciones (Fuentes , Núñez , & Veroz, 2005). Sin embargo se sostiene que la mayoría de estudios reflejan que los consumidores valoran de manera positiva las actuaciones de la RSE (Fernández & Merino, 2005) en la colectividad. Obteniendo beneficios no financieros.

La obligación que va más allá de lo que requieren la ley y la economía, para que una organización busque metas a largo plazo que sean benéficas para la sociedad. De modo de que hay que proteger el bienestar de la sociedad no contaminando, no discriminando, no involucrándose en publicidad engañosa, y otras semejantes. A su vez, las empresas deben adquirir una postura positiva para mejorar la sociedad, involucrándose en sus comunidades y contribuyendo a las organizaciones de asistencia social (Robbins, 2008), y la misma está enmarcada en el conjunto de valores y principios que regulan el cooperativismo (González, 2012), así como la obligatoriedad de su cumplimiento.

Friedman en su análisis concentra a nivel individual todo tipo de posibilidades para que las personas puedan comprometerse con acciones relacionadas con la responsabilidad social, en las cuales decidan invertir sus propios recursos sin pretender que los gerentes de las organizaciones que realizan acciones de responsabilidad social con los recursos de otros actores, especialmente de los accionistas o dueños de la empresa, ya que al actuar en el plano individual el gerente actúa como principal y no como agente de servicio de los intereses de los dueños de la empresa (Compartiendo Experiencia Universitaria, 2014).

La (Norma Iso 26000, 2014), muestran la otra cara de la moneda, donde explica claramente que la responsabilidad social se enfoca en preocuparse principalmente en la sociedad así como la responsabilidad de una organización ante los impactos

que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente y que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas ; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones (ISO, 1948)

La RSE se ha de considerar como el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente en su búsqueda por cumplir con normativas en algunos países (Brío, Fernández, & Junquera, 2005), en otros no únicamente por esta razón sino para poder tener una ventaja competitiva con relación a las empresas en su entorno local, nacional e internacional. Y se obtiene un paso más cercano al Balance Social en la presentación de informes externos e internos y toda la información sobre los costes y beneficios que genere la actividad empresarial en la sociedad en un tiempo determinado (García , 2002).

Es decir puede entenderse como la administración de una organización de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa, prefiriendo a ésta por sobre sus homólogas.

Modelos de Responsabilidad Social Empresarial

Desde los inicios de los estudios acerca de la Responsabilidad Social esta ha sido abordada por varios autores y se ha considerado la perspectiva de presentar algunos modelos destacados.

Así un modelo integrado por tres principios, el primero partiendo de los cuatro elementos como lo económico, legal, ético y filantrópico (Carroll, 1983) siendo el modelo Pirámide, el segundo por un proceso de sensibilidad social corporativa con un punto de vista ambiental y el tercero los resultados de la aplicación de los dos enunciados anteriormente (Wood, 1991).

Un modelo denominado Triple Bottom Line conformado por tres pilares y hace referencia a una base económica, social y Ambiental cuyo concepto se ratifica si y solo si existe una aplicación en donde las acciones de las tres se intercepten (Elkington & Hailes, 1989).

Otras organizaciones optan por emplear otros tipos de modelos similares al anterior en donde se rinden cuentas de sus acciones en el ámbito económico, social y ambiental (Schwartz , 2010), siempre relacionados entre sí.

Cada organización en función a sus requerimientos empleará el modelo que se ajuste a sus necesidades, lo importante es desarrollar un modelo que identifique el cumplimiento de los indicadores que permitan maximizar los resultados.

En el pasado no existía la presencia de parámetros aceptados para la publicación y divulgación lo que hacía difícil la comparación y de menor credibilidad la información presentada (Simnett, 2012), debido a las distintas formas de analizar, medir e interpretarlos entre empresas. Y como mecanismo ante este inconveniente se han desarrollado sin número de iniciativas que establecen un estándar o parametrización de la información que debe contener un modelo de Responsabilidad Social (Garcia Villalobos & Iturrioz del Campo, 2011).

Uno de los modelos más utilizados en especial por las empresas españolas es la Global Reporting Initiative, organización creada en 1997 cuyo interés se centraba en crear una guía que aumentará la calidad y la utilidad de los reportes que iban a divulgar la información económica, ambiental y social de las instituciones. Así como los principios básicos y los respectivos indicadores, y como adicional suplementos de aporte y asesoramiento por sectores en forma clara, creíble y fiable (GRI, 2006).

Sin duda otra de las iniciativas que se emplean es la Norma de Principios AA1000APS de AccountAbility, creada con el afán de promulgar innovaciones responsables que promuevan el progreso en el tiempo de las organizaciones con el cumplimiento del modelo Responsabilidad Social empresarial, basada en los

principios de la organización y sus grupos de interés que influyen y afectan su desarrollo (Accountability, 2008).

Las empresas que publiquen su información con respecto a su desempeño económico, medio ambiental se han incrementado de sobre manera en los últimos años (Kolk, 2004) y a pesar de la crisis y recesión económica el número de organizaciones aumenta, lo que sea visto reflejado en la tendencia y gran atención por parte de expertos académicos sobre la comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa (Fifka & Drabble, 2012). Adicional no únicamente estudios formales sino también empíricos que han analizado el contenido y la calidad de las memorias (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995), refiriéndose a temas relacionados no solo con el medio ambiente sino con el clima laboral dentro de las instituciones

Sin embargo han existido algunas problemáticas principalmente enmarcadas en la revelación de las gestiones de Responsabilidad Social que van desde la literatura en la divulgación de noticias sean buenas o malas (Dye, 1985). Otra problemática basada en la dificultad de medición y evaluación de las actividades de índole social y su contribución en relación a las dimensiones en el ámbito económico y en el ambiente (Abbott & Monsen, 1979).

Y la problemática más común se presenta en las grandes diferencias de los objetivos que persigue presentar tanto la empresa y sus grupos de interés, puesto que puede existir ausencia de cierta información o inclusive ser incompleta (Adams, 2004).

Actualmente inclusive se habla de que las empresas utilizan y se apoyan de fórmulas al momento de dar contestación a la información transparente e integral sobre el manejo de su Responsabilidad Social (Redondo, 2005).

Etapas del Proceso de implementación de RSE

Integración de la Responsabilidad a la Estrategia Institucional

En el proceso de implementación de un nuevo modelo de gestión como es en la CACEC Ltda. basado en Responsabilidad Social es importante que todos los

funcionarios, directivos y empleados de la Cooperativa, tengan un conocimiento y sobre todo entendimiento integral de este tema (Arzbach, 2010) estado que se logra con las siguientes actividades:

- **Sensibilización.-** La fase de sensibilización se convierte en el eje central del proceso. Cuando el equipo entero en la institución ha comprendido todo lo que implica la Responsabilidad Social, podrá tomar la decisión de comprometerse con la implantación. Es importante interiorizar en toda la cooperativa que la Responsabilidad Social implicará un cambio de cultura en la forma de trabajar de la institución, de actividades de manera individual a integrarse y ser parte de la comunidad alcanzando el desarrollo de la misma. La Sensibilización permitirá establecer el compromiso de la alta dirección de la Cooperativa para la implementación en la organización y definir el propósito de la Responsabilidad Social en la organización
- **Identificación del Líder.-** Esta fase es trascendental por ser la primera tarea en la que se demuestra el grado de compromiso que tiene la cooperativa para la implementación de Responsabilidad Social Empresarial la definición de cómo se establecerá la función dará la pauta del grado de seriedad con la que se está considerando este tema en la Cooperativa. Se recomienda que se dé esta responsabilidad a una persona como su función principal. Y son responsables de esta fase la Gerencia, Recursos Humanos y Consejo de administración, Consejo de Administración, y en este caso en la cooperativa se designó a un funcionario que es del área de talento humano
- **Capacitación.-** En el proceso de formación de RS como modelo de gestión, es necesaria la transmisión de conocimiento a través de charlas y reuniones de capacitación a todo el personal de la organización, con el fin de conocer a profundidad las principales herramientas y normas nacionales e internacionales de la Responsabilidad Social Empresarial, y sobre todo las especificaciones necesarias en las que la institución va a impulsar así como los indicadores necesarios para poder ser acreedores al financiamiento motivo y razón de este estudio.

- **Identificación de Públicos de interés.-** El proceso intenta reconocer que existen otros grupos de interés, instituciones o entornos físicos que pueden impactar o ser impactadas por las actividades de la Cooperativa, a quienes se los denomina públicos de interés; la cooperativa no actúa sola ni para sí misma o sus socios; en su dinámica diaria afecta de distinta manera e intensidad a otros actores; la cooperativa es parte de un entorno social y físico y como tal debe comportarse, entendiendo que no es la única organización o parte involucrada, y por lo tanto debe apoyar al desarrollo equilibrado de la sociedad en la que actúa. Esta fase es importante en cuanto es la primera aproximación de la Cooperativa a conocer sus públicos de interés; constituye la base para realizar el diagnóstico.
- **Definición de política de Responsabilidad Social Empresarial.-** En esta fase se definen las políticas de Responsabilidad Social que serán las directrices y lineamientos que la Cooperativa deberá cumplir en el aspecto financiero, social y de medio ambiente, mismas que deben ser difundidas a todas las áreas de la Cooperativa y se aplicarán mediante procedimientos e instructivos de trabajo que garanticen el cumplimiento de objetivos, es decir se establece el inicio del cambio de cultura.
- **Alineación de Responsabilidad Social Empresarial con el Plan Estratégico.-** Se procederá a definir las estrategias que van a permitir el cumplimiento de las políticas y determinar el grado de impacto que tendrá en la organización. Se deben integrar las estrategias a la misión, visión y objetivos estratégicos de la Cooperativa. Esta es una de las actividades más importantes debido a que al estar dentro del plan estratégico permitirá el cumplimiento de los objetivos en la institución.

Parametrización

Dentro del proceso de implementación es la herramienta definida para la medición de indicadores del Balance Social que deberán estar en función a los principios del cooperativismo, adicional en esta fase la Cooperativa personaliza la

conceptualización y estandarización de cumplimiento de los indicadores que se van a medir y se van a mejorar así como su estructura, de acuerdo a la realidad y requerimientos de la Cooperativa y en función de la normativa; además se define las fuentes de donde se obtendrá la Información, sea esta manual, informática o mixta.

Determinación de Responsabilidades

En esta etapa se definirá el funcionario o persona responsable del cálculo, quién será el indicado para proveer la información la misma que debe ser fiable y confiable conforme la frecuencia que haya sido definida para cada indicador a medir.

Ponderación

En esta fase se establece la ponderación que se describe como el grado de importancia y relación de cada indicador parametrizado con el cumplimiento de la misión de la organización, generalmente esta se define en términos cualitativos midiendo el grado de relación, su explicación y en lo correspondiente al nivel de ponderación se establece entre los niveles desde malo hasta excelente.

Verificación y calificación de resultados

Una vez establecidos los indicadores y su grado de medición de importancia en función a la misión se procede a realizar la calificación de resultados y esta se deberá realizar una representación gráfica de estos resultados y se hará un comparativo para establecer en qué áreas se focalizarán los esfuerzos de la Cooperativa para realizar los planes de acción.

Planes de acción

El siguiente paso una vez realizada la verificación y calificación de resultados se constituye en la elaboración de los planes de acción que permitirán alcanzar el cumplimiento de los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, en éstos

deberán delimitarse las acciones a realizar, el período de tiempo a desarrollarse, el presupuesto y los responsables de cada acción.

Las estrategias de responsabilidad social corporativa buscan asegurar la factibilidad del proyecto de la empresa en el largo plazo, comenzando una relación simbiótica con el entorno social y con el medio ambiente (Lizcano & Moneva, 2003).

Cualquier institución que se limita a hacer frente a una sola dimensión, como la medioambiental, no asume los objetivos de la responsabilidad social corporativa, para lo cual debe diseñar estrategias a mediano y largo plazo sobre las áreas no cubiertas con la finalidad de poder alcanzar un mayor cumplimiento de todos los principios. Es decir hablamos de un modelo que vaya mucho más allá de gestiones de protección del ambiente o de filantropía. Un valor asignado a las actividades económicas, sociales y ecológicas que incrementan el servicio ofertado (Castilla & Gallardo, 2014) y generar la ventaja competitiva y diferenciadora.

La cooperativa caso de estudio para poder implementar el modelo propuesto en esta investigación debe entender que la responsabilidad social corporativa afecta e involucra a todas las actividades y áreas de la empresa, así como al concepto más amplio de entidad de la misma, donde la inaplicación de la responsabilidad social corporativa a alguna entidad sobre la que ejerce influencia o sobre una actividad.

Los directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda. deberán tener una visión amplia que les permita romper paradigmas para penetrar en el mercado actual y ser competitivos. La organización tiene que centrar sus objetivos de responsabilidad social corporativa en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Se debe analizar el impacto a largo plazo con un sentido claro de legado para futuras generaciones.

Durante las últimas décadas, el conjunto de instituciones sociales que viene actuando fuera de los límites del estado y del mercado ha ido en aumento y ha constituido lo que se ha dado en llamar tercer sector. Su nombre proviene que muestran una tercera forma de propiedad entre la privada y la estatal, que no

persigue el lucro y cuya función se dirige a la producción de servicios sociales, sin incluir el control sobre el mismo (Fernández R. , Responsabilidad Social Corporativa. , 2009)

La Responsabilidad social y empresarial no es simplemente un servicio que las empresas dan a la sociedad sino que está estrictamente relacionado con la cultura organizacional y que depende de los valores y principios de conducta de los colaboradores de la empresa.

El beneficio es mutuo tanto la sociedad como la empresa se ven favorecidas por los efectos que causa la Responsabilidad Social Empresarial en las personas que de alguna manera interactúan con la misma. Por esa razón, esta aunque es voluntaria y sin fines de lucro, en un período de largo plazo, se puede convertir en una inversión que da como resultado beneficios financieros, puesto que las actividades y estrategias establecidas provocarán que los clientes internos y externos se vuelvan más leales y alcanzar la anhelada fidelidad empresarial, de esta manera se incrementará las ventas y la productividad.

Hace diez años el hablar de responsabilidad en un foro empresarial era poco menos que imposible, no importaba. Nadie quería hablar de un concepto que implicaba, intuían todos, la adquisición de obligaciones más allá de los resultados económicos. Lo más admirable es que sucedía lo mismo en los ámbitos sindicales, ante el recelo de la entrada en el juego de otros actores empresariales.

Sin embargo, todo queda en un puro ejercicio de marketing publicitario o, peor aún, en una excusa de situaciones moralmente injustificables, si no somos competentes de definir, en primer lugar, en qué consiste esta responsabilidad, cuáles son sus márgenes; y, en segundo lugar, cómo podemos medirla y evaluarla que es lo que permitirá su sostenibilidad en el tiempo. No alcanza con decir que debemos ser responsables, es obligatorio concretar esta responsabilidad pues es la reputación de la empresa lo que está en juego y, con ella, la confianza y el respaldo de todos los grupos de intereses que la forman.

Fuentes de Financiamiento

Definiciones de Financiamiento

El crecimiento considerable de crédito en el mundo en las últimas épocas puede ser una de las razones por las que únicamente el 30% de los países desarrollados pueden tener una brecha en el financiamiento (Vásquez, 2005) .El estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de micro finanzas, adicionalmente posibilita el acercamiento entre las entidades que no se encuentran reguladas y que puedan prestar servicios de carácter financiero (Ramos , 2011), tanto en el sistema bancario como en el cooperativo.

Las Cooperativas son organizaciones empresariales sin intención de lucro y parten de una asociación libre y solidaria de sus integrantes con el objetivo de usar como medio para que todos sus asociados obtengan una mejor situación socioeconómica. Se fundamentan en la propiedad social, la democracia participativa y la repartición social de sus beneficios resultantes en la práctica de sus funciones (Caraballo Payares, 2014).

Conforme a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria las cooperativas entendidas como sociedades de o conjunto de personas que han decidido en un sentido voluntario unirse para satisfacer sus necesidades sociales, económicas y culturales, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personería jurídica de derecho privado e interés social (Loeps, 2011).

La relación entre recursos propios y ajenos en las instituciones del Sistema financiero ha sido ampliamente estudiada. Una de las más importantes reglas de oro de la financiación establece que no deben admitirse más recursos ajenos que propios El endeudamiento, en épocas de expansión empresarial tiene efectos positivos, los intereses de las deudas producen un efecto palanca sobre la rentabilidad financiera de los socios, siempre y cuando lo que rentan los activos supere a lo que cuesten las deudas (Suárez, 1995).

El financiamiento resulta de los esfuerzos realizados para dotar de los fondos requeridos a las empresas, en las condiciones adecuadas para cumplir con sus objetivos (Alejandro, 1994). Es decir el conjunto de capitales internos y externos utilizados por las organizaciones para realizar sus operaciones e inversiones (Nuñez, 2015).

El financiamiento puede provenir de fuentes como el ahorro, recursos de terceros, de instituciones de fondeo, de inversiones u otros negocios (Rojas , 2011). Es decir se puede decir que el capital propio en toda organización puede provenir de doble origen tanto como las aportaciones de los socios y los superávits económicos convertidos así en una empresa cooperativa la propiedad de la misma viene constituida por un fondo compuesto por las aportaciones de los socios y la otra de las reservas (Arazandi , 1976), es así que de la forma en que se trate la propiedad cooperativa se puede encontrar la existencia de diversas alternativas de fuentes de financiamiento. Las fuentes de financiación pueden ser de proveniencia ajena y están constituidas por todas aquellas partidas que representan aportaciones por parte de los socios y de terceros que deben ser reintegradas de acuerdo con las condiciones expresadas en cada uno de los contratos a los socios de las instituciones financieras.

El acceso a financiamiento constituye un aspecto fundamental entorno al desarrollo de las economías emergentes. Los gobiernos, bancos, cooperativas y grandes compañías financieras buscan fondos en los mercados internacionales a través de la emisión de bonos, emisión de recibos de depósitos americanos o globales y de préstamos. Aquellas instituciones que tienen acceso a mercados internacionales podrían obtener montos de financiamiento más bajos a los que podría conseguirse en el mercado local, por su puesto este acceso es muy reservado y extremadamente restringido al cumplimiento de ciertas condiciones (Stallings, 2006), acompañado por la volatilidad del riesgo del tipo de cambio, crisis financieras del exterior y otros factores. Estas consideradas han hecho dificultoso su acceso.

Desde tiempos antiguos las personas han necesitado de financiamiento para el desarrollo de sus negocios e ideas, y en respuesta a estos requerimientos aparecen

las estructuras de los bancos e instituciones que realizan intermediación financiera. Cada uno de estos atiende los diferentes requerimientos de la sociedad actual, con servicios especializados, ayudando de esta manera a sus asociados a enfrentar sus necesidades de índole económica, sociales y culturales. Convirtiéndose en la función de entregar beneficio a sus clientes (De la Fuente Mella, 2013)

El sistema Cooperativo de Ahorro y Crédito surge como un sistema de auto ayuda, autorresponsabilidad y autoadministración, que busca el progreso de las familias y de las empresas, por ende de una colectividad. Este sistema ha tenido una evolución continua y que se ha mantenido en el tiempo; sin embargo debido a los niveles altos de competitividad las instituciones están entendiendo la importancia de atender correctamente a sus clientes y socios con el objetivo de mantener relaciones en el largo plazo y de esta manera poder mantenerse en el mercado, por tal razón es menester determinar las variables que influyen o determinan los comportamientos que perjudican la calidad receptada por los clientes.

Y de esta forma la cartera de los clientes se convierte en unos de sus activos más relevantes, ya que su relación está estrechamente ligada con las ganancias de cualquier negocio, por ende mantener una cartera de clientes sana es vital para la vigencia de las entidades financieras (De la Fuente Mella, 2013).

En esta consideración durante los últimos años se ha podido apreciar cómo las entidades financieras tratando de captar depósitos del público han ofrecido a sus clientes tasas pasivas cada vez más atractivas en imposiciones a plazo fijo (IPF) y cuentas remuneradas, es decir altas tasas de interés. La necesidad de conseguir liquidez en el mercado minorista está llevando a algunas entidades a ofrecer tipos de interés que están muy por encima de los tipos de referencia, en su afán por mantener clientes e incrementar sus carteras de activos ofreciendo mejores beneficios.

Tipos de Financiamiento

Las obligaciones con el público son la principal fuente de financiamiento de las cooperativas para cumplir su rol de intermediación financiera (96,7% del total de la cartera). Sin embargo, existen fuentes de fondeo adicionales (obligaciones financieras con la banca pública, privada y organismos del exterior) que son estrategias de las cooperativas de ahorro y crédito orientadas a garantizar su sostenibilidad.

Las fuentes de financiamiento pueden provenir de fuentes internas y externas. En la CACEC Ltda. las fuentes de financiamiento están estructuradas de ahorros a la vista y otros provenientes de pólizas a plazo fijo en un 90% que se han clasificado en función a niveles de montos; y otras formas de financiamiento en un 10% por fondeo de préstamos, en su primera parte tiene una composición de la siguiente manera.

Tabla 1 Composición de Financiamiento interno Coop. CACEC Ltda.

MONTO DE INVERSIONES Y AHORROS	# INVERSIONISTAS	MONTO	MONTO PROMEDIO DE INVERSIONES	TASA PROMEDIO DE INVERSION
DE 300 A 10000	119	478891	4024	7,81
DE 10001 A 20000	33	495460	15013	10,28
DE 20001 A 30000	25	669559	26782	10,73
DE 30001 A 40000	9	294049	32672	9,82
DE 40001 A 50000	8	362452	45306	10,12
DE 50001 A 130000	15	1046546	69767	10,40
TOTAL	214	3346926		20,28

Fuente: Sistema Interno Coop- CACEC Ltda,
Elaborado por: Nancy Mullo

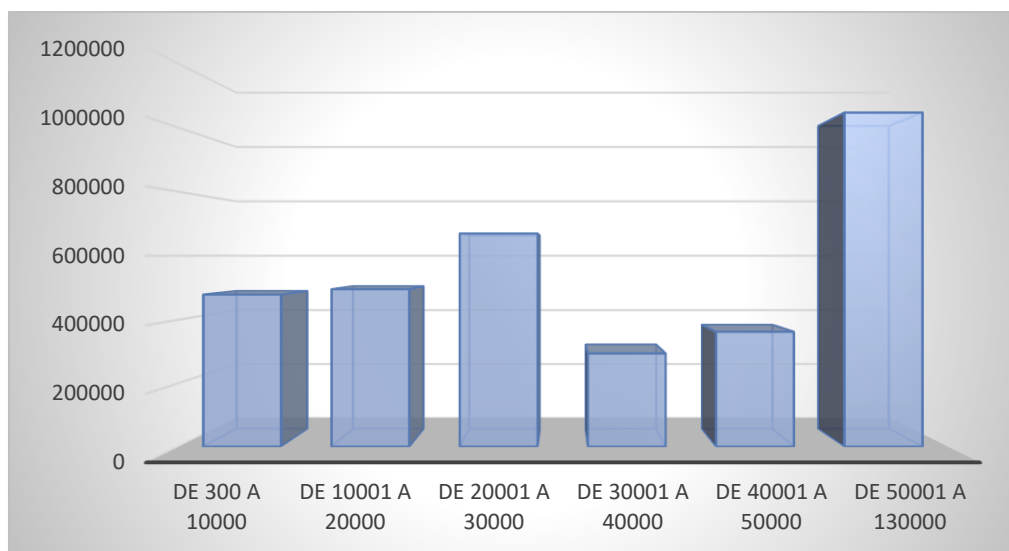


Gráfico 2. Composición de Financiamiento interno Coop. CACEC Ltda

Fuente: Sistema Interno Coop- CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Los fondos propios para las cooperativas presentan ciertas características que permitirían ingresos a bajo costo, lastimosamente la cultura de las personas en el Ecuador y en particular en la ciudad de Latacunga no promueve el ahorro a la vista que son recursos monetarios que serían a bajo costo, el modelo tema de estudio también tiene un área dedicada a la capacitación de los socios de la Cooperativa para poseer mejores conocimientos financieros y por ende cambios en su forma de la administración adecuada de sus finanzas e incremento de ahorros a la vista. Y de acuerdo a la información del cuadro anterior con corte enero 2016 el fondeo se encuentra concentrado en su mayor porcentaje en montos con tasa superior al 10% motivo que impulso a realizar este proyecto pues la institución paga una tasa de interés costosa.

Entre las fuentes de financiamiento en el país tenemos a la Corporación Nacional de Finanzas populares y Solidarias (CONAFIPS, 2015), que se constituye en una de las iniciativas del Gobierno Ecuatoriano que construyen una nueva arquitectura institucional para la Economía Popular y Solidaria y para su Sector Financiero Popular y Solidario cuya misión es “Brindar servicios financieros con sujeción a la política dictada por el Comité Interinstitucional a las organizaciones amparadas por la LOEPS, bajo mecanismos de servicios financieros y crediticios de segundo piso; para lo cual ejercerá las funciones que constarán en su Estatuto Social” (Loeps,

2011), con la finalidad de apoyar a las instituciones que conforman la Economía popular y solidaria, previo un análisis financiero administrativo y de desempeño social. Se constituye en la primera entidad financiera pública al servicio de las organizaciones del sector financiero popular y solidario, desde sus inicios tiene cambios en su denominación que implicaron la evolución conceptual económica, financiera y social, que amparada en la Constitución, reconocen la presencia de formas de organización popular, centradas en el trabajo y no en el capital, buscan el desarrollo de iniciativas productivas y de intermediación financiera.

Requerimientos para el Financiamiento

El Gobierno Ecuatoriano conforme a los artículos de la constitución establece que el sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía.

Esta institución concede tasas desde el 2% hasta el 6% para realizar la intermediación financiera; realiza un análisis que consiste en la medición de los indicadores financieros en su primera fase en donde se mide la solvencia, la estructura de la cartera de crédito, nivel de morosidad, liquidez, y sostenibilidad, todos evaluados con un porcentaje permitido que será sometido a revisión con corte a cierres trimestrales durante un año calendario, a continuación se explica la composición requerida por este organismo para poder calificar y acceder a sus beneficios:

Tabla 2 Medición de Indicadores Financieros Conafips

INDICADORES	VALORACIÓN
Solvencia	9%
Estructura de la cartera de crédito	30%
Nivel de morosidad	45%
Cartera vencida mayor a 30 días	No mayor a 5%
Cartera contaminada mayor a 30 días	No mayor a 10%
Provisiones de cartera vencida mayor a 30 días	No menor a 50%
Liquidez	8%
Sostenibilidad	8%
TOTAL	100%

Fuente: Corporación Nacional de Finanzas populares y Solidarias
Elaborado por: Nancy Mullo

Y en segunda instancia una evaluación de Desempeño social cuyos indicadores se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 3 Medición de Indicadores de Desempeño Social Conafips

INDICADORES	VALORACIÓN
Focalización sobre los pobres	25%
Adaptación de productos y servicios	25%
Mejoramiento del Capital político y social	25%
Responsabilidad Social	25%
TOTAL	100%

Fuente: Corporación Nacional de Finanzas populares y Solidarias
Elaborado por: Nancy Mullo

La Conafips tiene enfoques como la inclusión financiera que busca el acceso de la población excluida a los productos y servicios financieros así como la integración de las formas de organización popular y solidaria en el sistema de prestación de productos y servicios financieros; otro enfoque es finanzas populares y solidarias que persigue que el capital y las finanzas se encuentren al servicio del ser humano y no el ser humano al servicios de la acumulación del capital (CONAFIPS, 2015), busca y promueve el ahorro.

En el cumplimiento de la Responsabilidad Social tiene como objetivos que sus miembros brinden apoyo a la comunidad local, organizaciones que estudien el endeudamiento de sus clientes, instituciones que incorporen indicadores de impacto

en su metodología de crédito, organizaciones que participen en actividades de beneficio social.

La Conafips a integrado a sus servicios al 29.90% de cooperativas de ahorro y crédito registradas en la SEPS aproximadamente a 900 coacs. La CACEC Ltda. recibe el financiamiento de la misma sin embargo uno de los requerimientos que mayor peso tienen dentro de la valoración de las condicionantes necesarias para el acceso y calificación para este tipo de financiamiento es la responsabilidad social empresarial o Desempeño social, compuesto de indicadores en los cuales la institución necesita optimizar, justamente para obtener e incrementar este financiamiento a bajo costo.

El sistema cooperativo en el Ecuador ha tenido dificultades para la obtención de recursos mediante ahorros o pólizas a plazo fijo debido a la resistencia de las personas para el ahorro por la inestabilidad y cierre de instituciones financieras en estos dos últimos años. “Alcances, perspectivas y desafíos del sector financiero popular y solidario”, fue el tema abordado por el Superintendente de Economía Popular y Solidaria, Hugo Jácome, en el marco del décimo tercer aniversario de la Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur (Ucacsur), evento realizado el 11 de diciembre del 2016, en Cuenca. El titular de la SEPS, planteó la necesidad de integración de las entidades financieras, mediante fusiones y absorciones como uno de los retos a los que se enfrenta el sistema financiero popular y solidario, para consolidarse y fortalecerse. Enfatizó que estos procesos de integración, deben nacer dentro del sector, “como ha sucedido recientemente, lográndose fusiones exitosas”; sin embargo, dijo que la integración no sólo se concreta con fusiones o absorciones, sino que las entidades pueden constituir redes, en las que compartir, entre otras, imagen corporativa, estrategias, tarjetas de crédito y cajeros automáticos, que sin duda fortalecerán al sector.

A nivel internacional existen instituciones dedicadas al financiamiento como Triple Jump de Lima Perú, Étimos con fondos de Italia, Symbiotics de Luxemburgo, Triodos del Perú son algunas de las aspiraciones que tiene la Cooperativa para inyectarse de capital puesto que estas se dedican a administrar y asesorar fondos

que tienen como objetivo tener un impacto positivo en los segmentos de la sociedad menos atendidos y buscan inversionistas que desempeñen intermediación financiera con gestión responsable, por ende poseen parámetros de control y exigencia basados en principios de RSE y desempeño financiero social, mismos que se analizará en el desarrollo del capítulo 2 y en función al requerimiento de indicadores que establecen las calificadoras especializadas en microfinanzas como lo es MicroRate que están dedicadas a evaluar el desempeño y el riesgo de las instituciones dedicadas a esta actividad puesto que el objetivo es cumplir con estos lineamientos para obtener financiamiento a bajo costo y traducirlo en tasa de interés menor para los socios y clientes de la Cooperativa CACEC Ltda.

En la actualidad las entidades financieras son mayormente conscientes de su participación activa frente a la pobreza, las desigualdades y el desarrollo sostenible de una población e inclusive la evolución económica debido a la participación mediante la intermediación financiera y por tal razón la preocupación e interés por parte de las entidades al análisis de los riesgos y la sensibilización de las actividades e impactos sociales y de las operaciones financieras mediante el uso de la Responsabilidad Social. Sin embargo en algunas ocasiones, el sector bancario no se cuestiona en el fondo sobre los agentes sociales, y pesa más lo beneficios e intereses de los accionistas provocando acciones de carácter y sentido socialmente irresponsable (De la Cuesta, 2006). Sin embargo la banca por su estructura tiene mayores exigencias con respecto al cumplimiento de las normativas de Responsabilidad Social que propician el cumplimiento obligatorio.

Entonces puede existir una relación estrecha entre la factibilidad de tener un mayor acceso o de ser atractivo para la concesión de fondos para la financiación y emprendimiento de proyectos, tanto a nivel nacional como internacional, sin embargo son las grandes empresas y las que pertenecen a sectores críticos como la electricidad, el gas, el agua y la petroquímica las que en mayor volumen con respecto a la información social y medioambiental que incluyen en sus informes (Guiber, 2011). Evidentemente cada uno de estos sectores difiere notablemente en la información presentada.

En el Ecuador a partir de Julio del 2006, aquellas instituciones adheridas a los llamados principios de Ecuador resaltaron el compromiso a establecer preceptos generalmente comunes para orientar e incentivar la financiación de proyectos de desarrollo, siguiendo la perspectiva de criterios sociales y medioambientales (Ruiz, 2008). Los principios se establecen como un conjunto voluntario de directrices enmarcadas para la gestión social y medioambiental, presentadas mediante las políticas, procedimientos y estándares relacionados con el financiamiento de proyectos, principalmente en los mercados emergentes.

En resumen, se puede decir que el objetivo de la responsabilidad social es contribuir al desarrollo sostenible de la institución, donde lo más importante es tener en cuenta a los actores que se ven afectados por las operaciones que realiza una organización y en este modelo a plantear permitirá un cambio cultural puertas adentro en la institución, con todos sus socios y la comunidad en general.

Al plantear la un proyecto que permita mejorar el cumplimiento de estándares e indicadores enfocados o bajo la perspectiva de alcanzar alternativas de financiamiento o incrementar las existentes para potencializar y de esta forma cumplir con el objetivo del Cooperativismo en realizar intermediación financiera a tasas de interés activas moderadas en donde los socios perciban el beneficio de poder emprender o desarrollar sus actividades productivas a un bajo costo, sostenible en el tiempo.

CAPITULO II

Diseño metodológico

Paradigma y tipo de investigación

Paradigma de la investigación

El presente proyecto sobre el tema “La Responsabilidad Social Empresarial como herramienta para mejorar la fuente de financiamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda.”; aplica el paradigma cuali - cuantitativo; debido a que se analizan variables numéricas y variables que serán evaluadas por sus características

Modalidad y tipo de la investigación

Al realizar el análisis del grado de integración de responsabilidad social empresarial en la gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda., se consideró los indicadores de la calificadora Microrate y Global Reporting Initiative para obtener información y evaluar en qué medida la institución financiera cumple en sus indicadores de desempeño financiero y social (GLOBAL REPORTING INITIATIVE , 2011).

Esta investigación será también aplicada puesto que se va a obtener una herramienta que mida estrecha relación existente entre la responsabilidad social empresarial, los principios del cooperativismo y su incidencia con las fuentes de financiamiento como la factibilidad de incrementar sus cupos.

El tipo de investigación que se utiliza en el presente proyecto es la investigación exploratoria, puesto que esta permite resolver un problema a través de la obtención de información de los involucrados en este caso los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, con la finalidad de llegar a determinar acciones para el bienestar de los mismos, el entorno en el que se desenvuelve y como puede emplearse como mecanismo para incrementar las alternativas de fuentes de financiamiento a bajo costo.

Además, se utiliza la investigación descriptiva para conocer las actividades que necesita la cooperativa, orientadas al modelo de responsabilidad social y empresarial.

Adicional es necesario el método analítico puesto que consisten en descomponer los elementos para observar las causas y los efectos de la investigación, de esta manera se podrán analizar las necesidades de los socios y del entorno en el que se desarrolla la cooperativa para generar estrategias que permitan cumplir con un cooperativismo eficiente.

Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de datos

Población y muestra

La población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio, y la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población (Fernández P. , 2001).

La población del presente estudio correspondiente a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda., - 1900 socios - , los mismos que proporcionan sus aportes económicos para el desarrollo de las actividades financieras de la Cooperativa, al ser el universo es representativo se hace necesario extraer una muestra. Para obtener la muestra se contó con el muestreo probabilístico, con lo finalidad de que todos los elementos sean seleccionados en forma directa e individual de esta manera todos los integrantes de la población tienen la misma probabilidad de ser parte de la muestra (Wilks, 1962). Se emplea la siguiente fórmula estadística:

Fórmula de cálculo de la muestra

Tamaño de la población	N
Error Alfa	A
Nivel de Confianza	1- α
P dos colas	1- $\alpha/2$
Z de (1- α)	Z _{1-$\alpha/2$}
Prevalencia del problema	P
Complemento de p	Q
Precisión o error de estimación	D

DATOS:

N	1900
A	0,05
1- α	0,95
1- $\alpha/2$ =	0,975
Z _{1-$\alpha/2$} =	1,959963985
P	0,05
Q	0,95
D	0,05

$$n = \frac{N * Z_{1-\alpha/2}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 * p * q}$$

n = 71 Tamaño de la muestra

Se establece entonces que se deberá aplicar a 71 socios de la cooperativa una encuesta que comprende un cuestionario de preguntas para la obtención de información relevante para el proyecto.

El diseño de investigación está encaminado a obtener información relevante para el diseño de la propuesta y mediante planes de acción mejorar los indicadores del modelo de responsabilidad social y empresarial con menor cumplimiento para incrementar las condiciones de financiamiento a bajo costo identificando información importante sobre las estrategias para la entrega de un servicio efectivo y eficaz que permita cumplir con las necesidades de los clientes específicamente los empleados, socios y comunidad y por ende mejorar los parámetros que permitan ser atractivos y cumplir con los estándares que requieren los fondeadores.

Teniendo en consideración entonces que la población de estudio corresponde a los socios de la institución, es importante definir las variables de investigación que le permitan alcanzar los objetivos del proyecto.

Operacionalización de Variables

Para un mejor entendimiento se parte de la conceptualización de la operacionalización de variables; en donde una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse, de manera que entendemos (Hernández, Fernández, & Bautista, 2010) . La operacionalización es un proceso metodológico que radica en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, con partida desde lo más general a lo más específico (Carrasco , 2009)

Es decir en este proyecto las variables son operacionalizadas con la finalidad de convertir un concepto abstracto en uno empírico, de manera que permita ser medido a través de la aplicación de un instrumento de la siguiente forma:

Tabla 4 Operacionalización de Variables / La Responsabilidad Social con base en los principios del cooperativismo

OPERACIONALIZACIÓN	CATEGORIAS / DIMENSIONES	ITEMS	INDICADORES	TÉCNICA/ INSTRUMENTO	FUENTE
La Responsabilidad social con base en los principios del cooperativismo incorporan una serie de lineamientos basados en los valores de ayuda mutua, democracia, igualdad, equidad y solidaridad.	Adhesión abierta y voluntaria	IRSP1N001	Deserción de socios	Bases de datos Cacec Ltda. Técnica/ Encuesta	Socios
		IRSP1N002	Socios ahorristas		
		IRSP1N003	Cartera de crédito en mujeres		
		IRSP1N004	Porcentaje de socios nuevos		
	Control igualitario de sus socios	IRSP2N001	Participación en asambleas		Personal Administrativo, Operativo y Socios
		IRSP2N002	Mujeres en los órganos de gobierno		
		IRSP2N003	Porcentaje de socios que participan en elecciones		
	Participación económica de sus integrantes	IRSP3N001	Promedio de transacciones activas y pasivas en el año		Personal Administrativo, Operativo y Socios
		IRSP3N002	Porcentaje de certificados Aportación		
		IRSP3N003	Reservas/total socios		
	Autonomía e independencia	IRSP4N001	Porcentaje de concentración por fuentes de fondeo		Personal Administrativo y Operativo
		IRSP4N002	Endeudamiento externo/pasivo		
	Educación, entrenamiento e información	IRSP5N001	Porcentaje de destinatarios Fondo de Capacitación		Personal Administrativo, Operativo y Socios
		IRSP5N002	Número de socios en programas de capacitación y formación		
		IRSP5N003	Porcentaje de cumplimiento de presupuesto de capacitación		
	Cooperación entre Cooperativas	IRSP6N001	N= eventos en alianza con otras cooperativas de ahorro		Personal Administrativo y Operativo
		IRSP6N002	Porcentaje de fondeo procedente de cooperativas de ahorro		
	Compromiso con la comunidad	IRSP7N001	Porcentaje de eventos de apoyo a socios y clientes		Personal Administrativo y socios
IRSP7N002		Colocación de crédito para necesidades productivas			
IRSP7N003		Porcentaje de Responsabilidad con los empleados			

Fuente: (GLOBAL REPORTING INITIATIVE , 2011)

Elaborado por: Nancy Mullo

Tabla 5. Operacionalización de Variables / El Financiamiento

OPERACIONALIZACIÓN	CATEGORIAS / DIMENSIONES	ITEMS	INDICADORES	TÉCNICA/ INSTRUMENTO	FUENTE
EL FINANCIAMIENTO Es el conjunto de capitales internos y externos utilizados por las organizaciones para realizar sus operaciones e inversiones (Nuñez, 2015).	Fuentes de fondeo de recursos financieros	IFN001	Endeudamiento externo/pasivo	Bases de datos Cacec Ltda. Técnica/ Encuesta	Sistema Interno Cacec Ltda.
		IFN002	Cupo Fondeo Conafips		
		IFN003	Indicador de cumplimiento en Desempeño Social Conafips		

Fuente: (Nuñez, 2015)
Elaborado por: Nancy Mullo

Plan de Recolección de la información

El Equipo Gerencial conformado por el Gerente, la Jefe de Negocios y la Jefe Financiera de la Cooperativa realizaron la selección de los indicadores de Responsabilidad Social a ser analizados de cada uno de los principios del Cooperativismo de acuerdo a su impacto y bajo desempeño en la institución; posteriormente se estableció la parametrización y ponderación de los indicadores definiéndose como 3 el nivel óptimo de cumplimiento. La recolección de la información para el diagnóstico situacional y la operacionalización de las variables se obtienen de las bases de datos internas y de los estados financieros de la Cooperativa. Adicional se hace necesario elaborar una encuesta, que es una técnica o método científico de recolección de datos que será utilizada para recopilar datos por medio de un cuestionario formulado de preguntas cerradas y de selección múltiple previamente diseñadas. Permite la búsqueda sistemática de la información en la que el investigador extrae de los investigados para posteriormente evaluarlos (Díaz, 2001), solventado a la muestra definida en los párrafos anteriores con la finalidad de determinar las necesidades del cliente en cuanto a los productos y servicios ofertados por la Cooperativa.

Este instrumento de recolección de la información permitirá capturar las inquietudes y sugerencias que conjugadas con el análisis de los indicadores establecidos permitirán establecer los planes de acción de la propuesta razón de ser de este proyecto.

A continuación se describe el instrumento a utilizar:

ENCUESTA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACEC LTDA.

OBJETIVO: Conocer la opinión de los socios respecto al servicio percibido

DATOS INFORMATIVOS:

NOMBRE: _____ TELÉFONO: _____

DIRECCIÓN: _____

INSTRUCCIONES: Marcar una X en la opción de su preferencia.

1. ¿En términos de calidad como califica el servicio financiero que ha recibido en la cooperativa?

Excelente _____
Muy bueno _____
Bueno _____
Regular _____
Malo _____

2. ¿Los productos que le ofrece la cooperativa se ajustan a sus necesidades?

a. Sí _____ b. No _____

¿Por qué? _____

3. ¿Cuáles son las razones que lo motivaron a aperturar la cuenta con nuestra institución?

Acceso a crédito _____

Acceso a ahorro _____

Acceso pagos varios _____

4. ¿Indique en que intervalo de tiempo, la cooperativa da respuesta a sus solicitudes de requerimientos?

De 1 día a una semana _____

Una semana a tres semanas _____

De un mes a tres meses _____

Más de tres meses _____

5. ¿Qué motivos le impulsarían a mantener su cuenta activa con nuestra institución?

Solvencia Financiera _____

Mejores condiciones de crédito _____

Mejores tasas de ahorro _____

6. ¿Cómo califica al personal que le brinda los servicios en la cooperativa?

Excelente _____

Muy bueno _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

7. ¿Qué temas de capacitación le gustaría recibir en la cooperativa?

Educación financiera _____

Proyectos productivos _____

Inversiones _____

Otros _____

8. ¿Cuáles de los siguientes aspectos la cooperativa debería fomentar?

Igualdad de Oportunidades _____

Prevención de riesgos laborales _____

Formación y capacitación interna _____

Comunicación y participación _____

Relaciones con clientes y proveedores _____

Integración con la comunidad _____

Procesos productos y servicios _____

Integración en el entorno _____

9. ¿Por qué motivos usted no asiste a las asambleas convocadas por la Cooperativa?

Por el horario _____

Porque no tratan temas de interés _____

No soy representante _____

Otros _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Planes de procesamiento y análisis de la información

La información recolectada para el diagnóstico será analizada y representada gráficamente para poder medir el alcance del proyecto; y concluida la fase de la recolección de datos en el cuestionario, se hace necesaria la clasificación o agrupación de los datos referentes a cada variable objetivo de estudio y su presentación conjunta; por lo tanto para el análisis de datos se realiza el siguiente procedimiento:

Validación

Codificación

Introducción de datos

Tabulación y análisis estadísticos.

Se realizará la tabulación de la información y se presentará con tablas y gráficos estadísticos los resultados.

Diagnóstico de la Institución

Antecedentes de la Institución

En el año 1965 un grupo de maestros toma la iniciativa de asociarse a través de la creación de la cooperativa, impulsados por las siguientes razones:

- El maestro para satisfacer sus necesidades de crédito recurría a los almacenes para solicitar en préstamo; mercadería, abarrotes, etc.
- Los almacenes de Latacunga y otros cantones de la provincia de Cotopaxi, adoptaron un formato de implementar un convenio con la Dirección de Educación Hispana de Cotopaxi para que los descuentos sean vía rol de pagos, es decir al maestro se le descontaba de su pago mensual directamente hacia la casa comercial el crédito que este obtuvo.

- Otro factor que motivó la creación de la cooperativa fue justamente el mercado negro de dinero, es decir el profesor recurría a personas particulares que prestaban los recursos monetarios a tasas muy elevadas de interés. Siendo estas las principales razones por las cuales nació la institución, así lo que se deseaba era poseer un mecanismo de ahorro y crédito, propio del profesor que le brindara:
- Una atención adecuada
- Un crédito con una tasa de interés competitiva sea éste en mercadería o dinero.



Gráfico 3. Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores Primarios del Cotopaxi
Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

Con estos antecedentes de sustento, mediante Acuerdo Ministerial No. 4439 del 15 de julio de 1965 e inscrita en el Registro General de Cooperativas el 20 de julio de 1965 con el número de orden 1386, se crea la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Cotopaxi “CACEC” Ltda., realizando su primera reunión en la Escuela Simón Bolívar, obteniendo como resultado de las citaciones hechas por el Comité Organizador el nombramiento del primer Presidente de la Cooperativa en la persona del Sr. Vicente Atiaga, y el Sr. Álvaro Mesías Terán como Secretario, conjuntamente con el Consejo de Administración y Consejo de Vigilancia. Con el pasar del tiempo y a medida que se van incrementando los socios el 10 de Noviembre de 1972 se adquiere en compra el edificio “Hidalgo Maldonado” en donde hasta la actualidad funcionan nuestras oficinas. El 30 de

enero del 2009 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Cotopaxi “CACEC” Ltda. abre sus puertas también al microempresario y al público en general. En los inicios del estudio la Cooperativa pertenece al segmento 3 a diferencia de las otras instituciones cooperativas de educadores del país que son de tipo cerradas es decir únicamente atienden al segmento magisterio, la CACEC Ltda. es de tipo abierta en virtud atiende no solo al magisterio sino al público en general.

Tabla 6. Área de influencia

PROVINCIA DE COTOPAXI	
CANTONES	PARROQUIAS
LATACUNGA	JUAN MONTALVO
	BELISARIO QUEVEDO
	POALO, 11 DE NOVIEMBRE
	GUAYTACAMA
	TOACASO
SALCEDO	MULLIQUINDIL
	PATAIN
	MULLALILLO
	CUSUBAMBA
PUJILI	SANTA LUCIA
	LA VICTORIA
	LA MATRIZ
SAQUISILI	COCHAPAMBA
	CANCHAUA
	CHANTILIN

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo



Gráfico 4. Mapa de atención
Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

Misión

La CACEC busca generar confianza Financiera, con enfoque social y talento humano de calidad.

Visión

Ser líderes en la innovación de productos y servicios financieros de calidad.

Valores

Los Señores Directivos y Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “CACEC” Ltda., estamos identificados con los siguientes valores corporativos: Confianza, responsabilidad, transparencia, perseverancia.

Productos crédito

Microcrédito

Crédito solicitado por una persona que sea propietaria de un negocio o microempresa, que posee capacidad, solvencia, voluntad de pago y garantías para sustentar su trabajo. Este tipo de crédito en la Cooperativa está orientado a capital de trabajo y activos fijos para sus negocios, este tipo de créditos son de amortización periódica generalmente mensual.

Consumo

Crédito dirigido a personas naturales que requieran satisfacer necesidades personales, tales como pagos de estudios, salud, viajes, etc. y cuya fuente primaria de repago la constituye el ingreso en relación de dependencia, estos préstamos son de amortización periódica, de preferencia de forma mensual, y no estarán destinados a actividades productivas sino al consumo de bienes finales.

Productos de ahorro

Entre los principales productos de ahorro de la Cooperativa tenemos a continuación:

Tabla 7. Productos del Ahorro

AHORROS PROGRAMADOS	TASA PASIVA
Ahorro Programado	4.00%
Ahorro Fondo de Reserva	4.00%
Ahorro Jubilación	4.00%
AHORROS	
Ahorro a la Vista	1.50%
Ahorro Cautivo	1.50%
Certificados de Aportación	1.50%

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Análisis Macro ambiente

Dentro del análisis del macro ambiente podemos resaltar los siguientes entornos:

Entorno Geográfico

El entorno geográfico de la CACEC Ltda. se lo considera como positivo pues se encuentra ubicada en el cantón Latacunga, cabecera cantonal de la provincia de Cotopaxi y punto nexa que conecta las provincias de Sierra centro. Cuenta con vías de acceso de primer orden y calidad que permiten llegar con facilidad a la institución. Sin embargo una alerta de amenaza volcánica del Cotopaxi en el mes de Agosto del 2015 sin duda causo impacto de incertidumbre en toda la ciudadanía.

Entorno Económico

Conforme a este aspecto la Cooperativa coloca las tasas de interés aplicadas por el Banco Central del Ecuador y dentro de las tasas activas efectivas que se encuentran vigentes, se canaliza como una oportunidad debido a que se cumplen con normativas establecidas. En cuanto a las tasas pasivas como se expone en el capítulo anterior en la tabla 1 correspondiente a financiamiento interno se puede apreciar que la tasa promedio que la cooperativa manejada está al 10.28%, que es elevada y encarece los costos de los recursos financieros.

Entorno Tecnológico

El factor tecnológico sin duda sin duda es de gran importancia dentro de una organización, se puede determinar que la CACEC Ltda. cuenta con el sistema informático Conexus que para cooperativas del segmento 3 es apropiado pues permite realizar atención y simplificar los trabajos. Sin embargo con el crecimiento que la cooperativa está desarrollando no permitirá satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Se cuenta con banda ancha de internet que permite la posibilidad de transferencia de conocimientos y de información de manera oportuna.

Entorno Socio cultural

Conforme al entorno social en la CACEC Ltda. los servicios y productos financieros que ofrece son dirigidos y concedidos a todo tipo de personas sin importar sus etnias, creencias o género en virtud que dichos servicios están encaminados a satisfacer cualquier tipo de necesidades de los clientes siendo un aspecto positivo.

Análisis Microambiente

El análisis del microambiente hace referencia al entorno específico de la institución y se puede resaltar los siguientes:

Talento Humano

La CACEC Ltda. se encuentra estructurada por la Gerencia General, Consejo de Administración, Consejo de Vigilancia, unidad de Auditoría, y 23 empleados distribuidos en el área comercial o de negocios y en el área administrativa. La posición estructural de los Consejos Administrativos y de Vigilancia se ajustan correctamente a la reglamentación y normativas vigentes, adicionalmente existen los comités como el de Cumplimiento, Riesgos, Estrategia que apoyan en la toma de decisiones para el adecuado funcionamiento de la institución.

Al analizar el organigrama funcional de la cooperativa se considera como fortaleza porque este está correctamente acoplado a lo que establece reglamento orgánico funcional donde se especifica el rol de cada área, la interrelación y los esquemas de comunicación son muy claros, los mismos que ayudan a la toma de decisiones entre diferentes departamentos de la entidad.

Clientes

La CACEC Ltda. se encuentra conformada al corte del estudio con 1900 socios activos, su mercado meta se encuentra conformado con socios y clientes asalariados u otros dedicados a actividades productivas es decir microempresarios de la zona, mismos que recurren a solicitar los servicios financieros para el desarrollo de su negocio.

Se encuentran ubicados en la Provincia de Cotopaxi en sus diversos cantones como se explica en los antecedentes de la investigación y cabe recalcar que los cantones en donde se tiene mayor acogida son la Maná y Latacunga tanto con el segmento de consumo como en el segmento micro empresarial respectivamente.

Proveedores

Conforme a este aspecto los proveedores con los que cuenta la cooperativa para el sistema

Conexus, para sus equipos de cómputo y proveedores de materiales de oficina son seleccionados conforme cotizaciones, lo que permite obtener un costo bajo en la adquisición de los mismos. En lo referente a los recursos financieros nuestro único proveedor nacional es la Conafips con un cupo de 300.000,00 usd.

Competencia

Existen algunas entidades financieras que ofertan semejantes servicios a los que la CACEC Ltda. entrega, en la provincia de Cotopaxi son un número alto de competidores, sin embargo tiene una ventaja con relación al resto de instituciones financieras, pues atiende a aun segmento específico que es el de los profesores, en donde potencializa los productos y servicios. A pesar de ser un cantón relativamente en crecimiento la excesiva presencia de instituciones formales y sobre todo las informales han hecho que exista una competencia desleal principalmente en lo referente a tasas pasivas.

Diagnóstico situacional

Se inicia analizando el cumplimiento de la Responsabilidad Social enmarcada en los principios del cooperativismo y los mismos están establecidos por La Alianza Cooperativa Internacional (ACI) Américas, expuestos en diferentes países (ACI, 2009); se han determinado para el estudio el análisis de determinados indicadores dentro de cada principio conforme a la metodología explicada en el capítulo anterior que permitirán establecer una propuesta adecuada, la información fue recopilada conforme al corte al cierre de marzo de 2016 y la ponderación se calcula en función al parámetro óptimo 3 de cumplimiento; el cálculo de los indicadores se realiza con las siguientes fórmulas de cálculo:

Tabla 8. Cálculo Indicadores

CATEGORIAS / DIMENSIONES	ITEMS	INDICADORES	NUMERADOR	DENOMINADOR
Adhesión abierta y voluntaria	IRSP1N001	Deserción de socios	Socios que no han cerrado la cuenta durante el periodo	Socios activos al inicio del periodo
	IRSP1N002	Socios ahorristas	Socios ahorristas	Total socios activos
	IRSP1N003	Cartera de crédito en mujeres	Cartera de crédito bruta de mujeres	Total cartera de crédito bruta
	IRSP1N004	Porcentaje de socios nuevos	Número de socios nuevos	Total socios activos
Control igualitario de sus socios	IRSP2N001	Participación en asambleas	Socios asistentes	Total socios convocados
	IRSP2N002	Mujeres en los órganos de gobierno	Mujeres miembros de órganos de gobierno	Total miembros de órganos de gobierno
	IRSP2N003	Porcentaje de socios que participan en elecciones	Socios participantes en elecciones	Total socios convocados
Participación económica de sus integrantes	IRSP3N001	Promedio de transacciones activas y pasivas de los socios en el año	# De transacciones activas y pasivas en el año	Promedio de socios en el año
	IRSP3N002	Porcentaje de certificados Aportación (capital social)/patrimonio total	Certificados de aportación	Total patrimonio
	IRSP3N003	Reservas/total socios	Total reservas	Total de socios
Autonomía e independencia	IRSP4N001	Porcentaje de concentración por fuentes de fondeo	Saldo de las cuentas del pasivo que se consideran como fuentes de fondeo, como aportaciones de socios y ahorristas al banco	Total en cuentas del pasivo
	IRSP4N002	Endeudamiento externo/pasivo	Endeudamiento externo	Total pasivo
Educación, entrenamiento e información	IRSP5N001	Porcentaje de destinatarios Fondo de Capacitación para formación	Número de beneficiarios de capacitación	total empleados
	IRSP5N002	Número de socios en programas de capacitación y formación cooperativa	Socios capacitados	Total socios
	IRSP5N003	Porcentaje de cumplimiento de presupuesto de capacitación	Gastos por capacitación y formación	presupuesto de capacitación
Cooperación entre cooperativas	IRSP6N001	Número de eventos en alianza con otras cooperativas de ahorro y crédito	Número de eventos o alianzas	Número total esperado de alianzas y eventos
	IRSP6N002	Porcentaje de fondeo procedente de cooperativas de ahorro y crédito	fondeo procedente de cooperativas	Total captaciones
Compromiso con la comunidad	IRSP7N001	Porcentaje de eventos de apoyo a socios y clientes en ámbitos distintos a servicios financieros	Número de eventos de apoyo	Total de eventos esperado
	IRSP7N002	Colocación de crédito para necesidades productivas	Número de crédito colocado para necesidades productivas	Número Total en crédito
	IRSP7N002	Porcentaje de Responsabilidad con los empleados	Número de eventos de apoyo a empleados	Total de eventos esperado

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

Con la información entregada por la Cooperativa se determinó el cálculo de los indicadores y se asignó en porcentajes para la respectiva gráfica. A continuación se describen los resultados de los siete principios:

Membresía abierta y voluntaria

Conforme a este principio se establece que las cooperativas son instituciones que permiten el acceso a cualquier persona independientemente de su clase social, política, religiosa o del sexo al que pertenezcan, siempre que acepte los estatutos de la Cooperativa y permite el acceso libre y voluntario a los servicios financieros (Serrano, 2008). Los resultados obtenidos son:

Tabla 9. Indicadores Principio 1 Adhesión abierta y voluntaria

INDICADORES PRINCIPIO 1	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Deserción de socios	0,24	0,73	3	24,21
Socios ahorristas	0,11	0,33	3	11,05
Cartera de crédito en mujeres	0,51	1,54	3	51,43
Porcentaje de socios nuevos	0,04	0,11	3	3,68

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

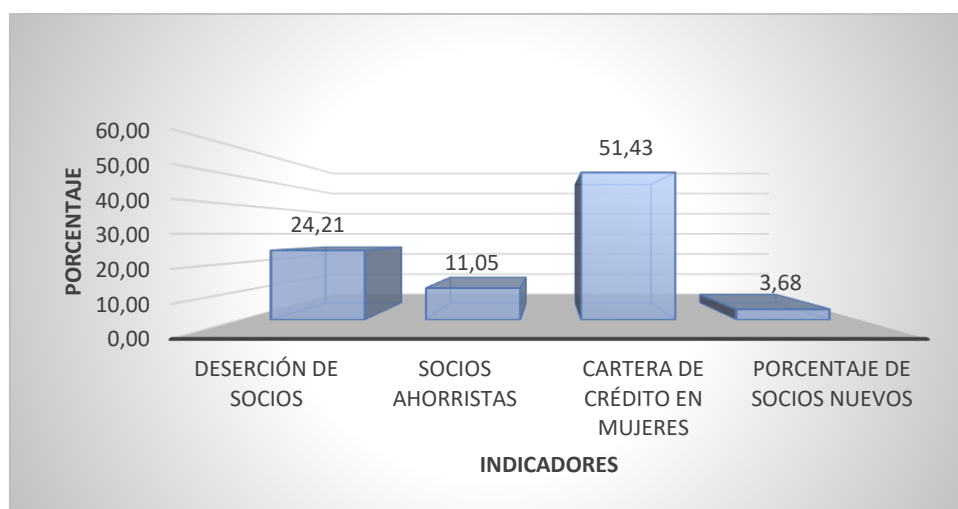


Gráfico 5. Indicadores Principio 1 Adhesión abierta y voluntaria

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

En este principio se puede apreciar que el indicador que está más cerca de los resultados deseados es el indicador de cartera de crédito en mujeres con un 51.43% y el indicador que mayores deficiencias presenta es el socios nuevos con un 3.68%. Lo que nos permite establecer planes de acción para mejorar este rubro.

Organización y control democrático

De acuerdo a este principio las Cooperativas ayudan a la sociedad a ser parte de la organización, mediante la participación de sus socios en las asambleas en donde se eligen y aprueban el conjunto de políticas de carácter económico, político y social para el correcto funcionamiento de la entidad (ACI, 2009). Este principio no siempre funciona debido a la dificultad en su aplicación por el número elevado de asociados, por la dificultad de los canales apropiados para hacerlo, adicional existen otros factores como el desinterés por parte de los asociados que generalmente es ocasionado sea por falta de información o por falta de capacitación (Arango, 2008) también se realiza una revisión de la composición de género en los órganos de gobierno.

Tabla 10. Indicadores Principio 2 Control igualitario de sus socios

INDICADORES PRINCIPIO 2	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Participación en asambleas	0,75	2,25	3	75
Mujeres en los órganos de gobierno	0,50	1,50	3	50,00
Porcentaje de socios que participan en elecciones	0,58	1,75	3	58,33

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

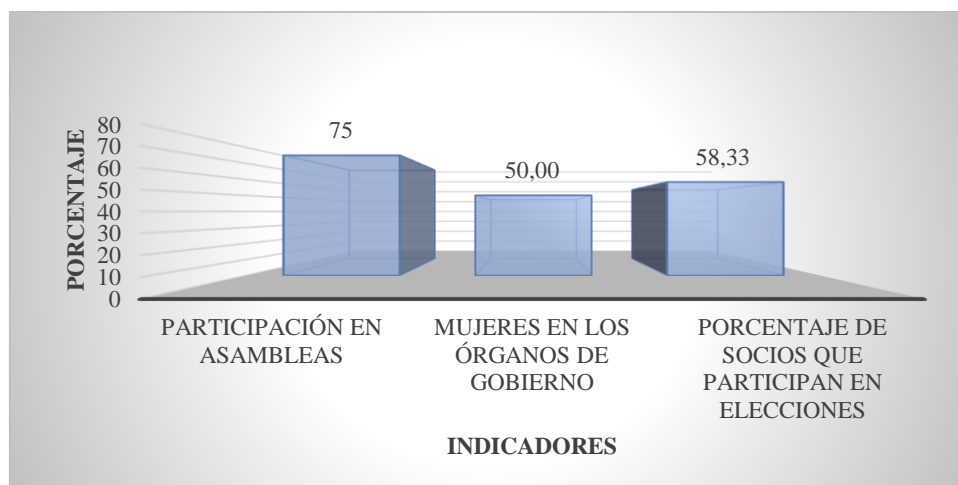


Gráfico 6. Indicadores Principio 2 Control igualitario de sus socios

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que el indicador que está más cerca de los resultados deseados es el indicador de participación en asambleas con un 75% y el indicador que se encuentra con menor porcentaje es de mujeres en los órganos de gobiernos con un 50%.

Participación económica de los miembros

En relación a este principio se refiere al aporte económico de los socios (ACI, 2009); sin embargo se puede observar que los asociados no siempre contribuyen al capital social de la cooperativa. Los resultados obtenidos son:

Tabla 11. Indicadores Principio 3 Participación económica de sus integrantes

INDICADORES PRINCIPIO 3	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Promedio de transacciones activas y pasivas de los socios en el año	0,74	2,21	3,00	73,68
Porcentaje de certificados Aportación (capital social)/patrimonio total	0,08	0,25	3	8,36
Reservas/total socios	3,82	11,45	3	100,00

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

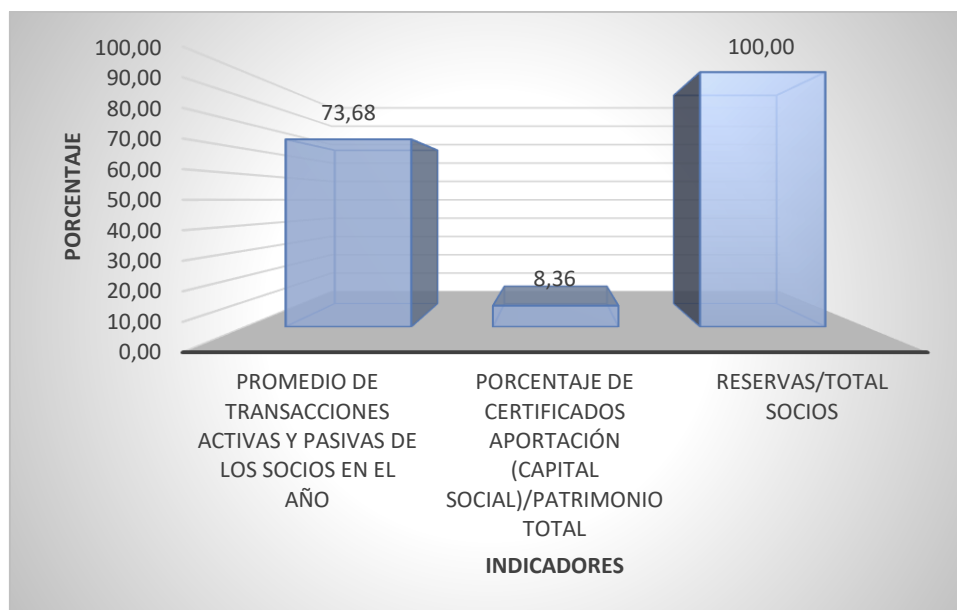


Gráfico 7. Indicadores Principio 3 Participación económica de sus integrantes.

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

En este principio se puede apreciar que un indicador cumple las expectativas con un porcentaje de 100 % de cumplimiento y es el de reservas sobre total de socios, el indicador que está más cerca de los resultados deseados es el indicador de promedio de transacciones activas y pasivas con un 73.68% y el indicador que mayores deficiencias presenta es el de certificados de aportación sobre el patrimonio con un 8.36%.

Autonomía e independencia

Consiste en la incidencia en el carácter autónomo de las cooperativas cuyo control recae directamente en los socios y su independencia con relación al sector público (Servós, 2008)

Tabla 12. Indicadores Principio 4 Autonomía e independencia

INDICADORES PRINCIPIO 4	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Porcentaje de concentración por fuentes de fondeo	0,93	2,79	3	93,11
Endeudamiento externo/pasivo	0,13	0,39	3	12,88

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

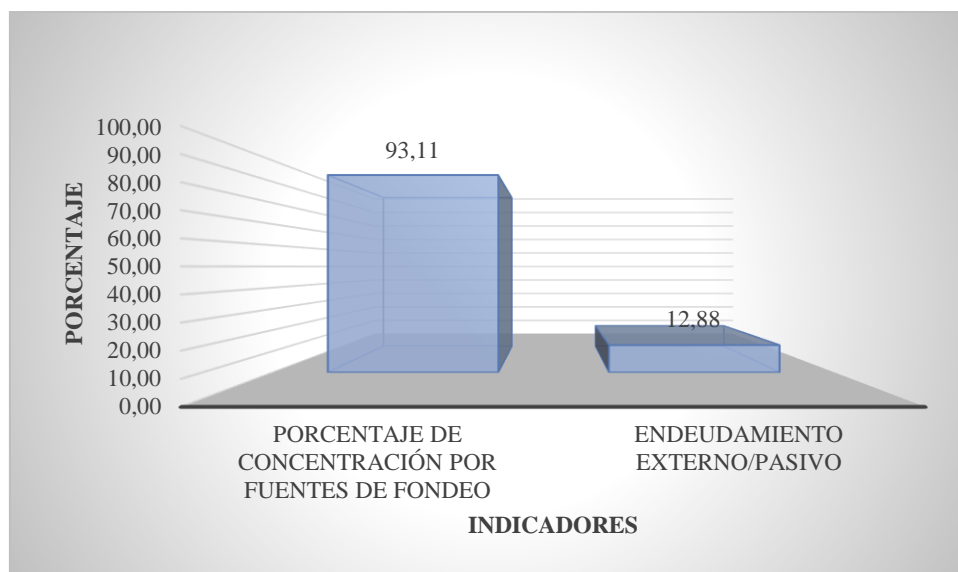


Gráfico 8. Indicadores Principio 4 Autonomía e independencia

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

En el estudio los indicadores de este principio se refieren a la libertad que maneja la cooperativa para tomar sus propias transacciones de manera especial frente a terceros, incluidos financiadores externos de la cooperativa, pues es la razón del estudio. Estos resultados nos permitirán una primera perspectiva de la realidad del cumplimiento de estos estándares.

Se puede apreciar que un indicador de concentración por fuentes de fondeo con un porcentaje de 93.11 % de cumplimiento está más cerca de los resultados deseados y el indicador que de endeudamiento externo presenta un 12.88%.

Educación, entrenamiento e información

Este principio representa el grado de compromiso de la Cooperativa a la capacitación potencializando las capacidades, habilidades y un desempeño eficaz del empleado, así como el derecho a la información por parte de clientes internos y externos.

En este sentido es de gran importancia el estar alineados a la aparición de métodos, técnicas y herramientas que faciliten y apoyen los procesos de gestión del conocimiento (Segui y Garcia 2004). En otros países como Colombia adicional existe una norma que exige a las cooperativas dedicar el 20% de sus excedentes anuales a la educación de sus asociados, principio que no siempre es cumplido especialmente en el personal nuevo

(Arango, 2008). Los resultados obtenidos son:

Tabla 13. Indicadores Principio 5 Educación, entrenamiento e información

INDICADORES PRINCIPIO 5	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Porcentaje de destinatarios Fondo de Capacitación para formación	0,33	1,00	3	33,33
Número de socios en programas de capacitación y formación cooperativa	0,06	0,19	3	6,32
Porcentaje de cumplimiento de presupuesto de capacitación	0,43	1,28	3	42,57

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

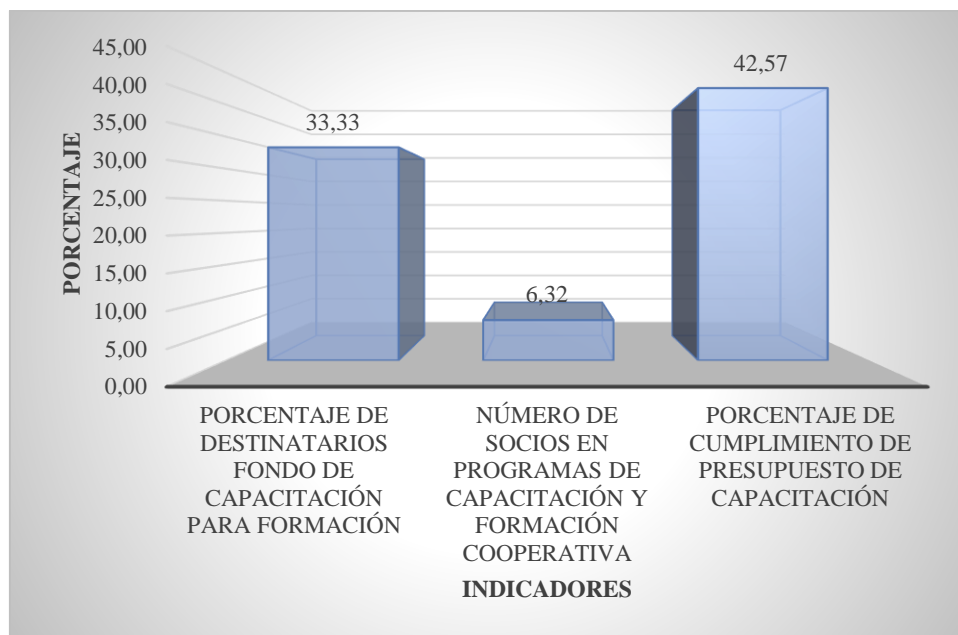


Gráfico 9. Indicadores Principio 5 Educación, entrenamiento e información

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que el indicador cercano de cumplir las expectativas con un porcentaje de 42.57 % es el del presupuesto de capacitación y el indicador que mayores deficiencias es el de número de socios en programas de capacitación con un 6.32%.

Cooperación entre cooperativas

Este principio constituye la premisa para crear un solo sector social de la economía solidaria que permita ampliar recíprocamente los servicios y alcanzar un peso real en la economías nacionales (Arango, 2008) mediante el apoyo mutuo entre cooperativas.

Tabla 14. Indicadores Principio 6 Cooperación entre cooperativas

INDICADORES PRINCIPIO 6	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Número de eventos en alianza con otras cooperativas de ahorro y crédito	0,67	2,00	3	66,67
Porcentaje de fondeo procedente de cooperativas de ahorro y crédito	0,04	0,12	3	3,95

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

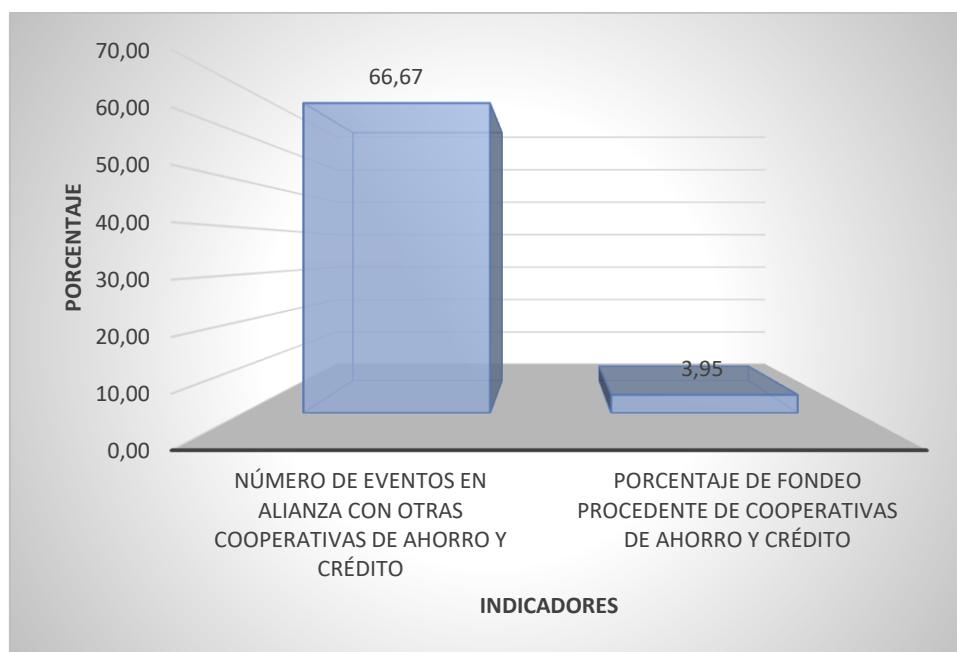


Gráfico 10. Indicadores Principio 6 Cooperación entre cooperativas

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

En los resultados obtenidos se puede apreciar que el indicador más cercano de cumplir las expectativas con un porcentaje de 66.67 % es el número de eventos en alianza con otras cooperativas de ahorro y crédito; y el indicador que menor cumplimiento refleja es el porcentaje de fondeo procedente de cooperativas de ahorro y crédito con un 3.95%.

Compromiso con la comunidad

Conforme a este principio se hace referencia al grado de vinculación o relación con el componente endógeno considerado como un elemento de gran importancia para el funcionamiento y desarrollo de las cooperativas (Moreira, 1999), inclusive considerándose como una ventaja competitiva.

Su sentido radica principalmente en que las cooperativas deben trabajar para el desarrollo de la comunidad lo que implica una gran comunicación con sus grupos de interés y la comunidad, este principio es fundamental para erradicar la influencia del entorno (Arango, 2008). La esencia del cooperativismo se centra en los valores de la cooperación y la solidaridad en contraposición al individualismo (Jordao & Briz, 2004).

Tabla 15. Indicadores Principio 7 Compromiso con la comunidad

INDICADORES PRINCIPIO 7	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Porcentaje de eventos de apoyo a socios y clientes en ámbitos distintos a servicios financieros	0,30	0,90	3	30,00
Colocación de crédito para necesidades productivas	0,65	1,94	3	64,70
Porcentaje de Responsabilidad con los empleados	0,60	1,80	3	60,00

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

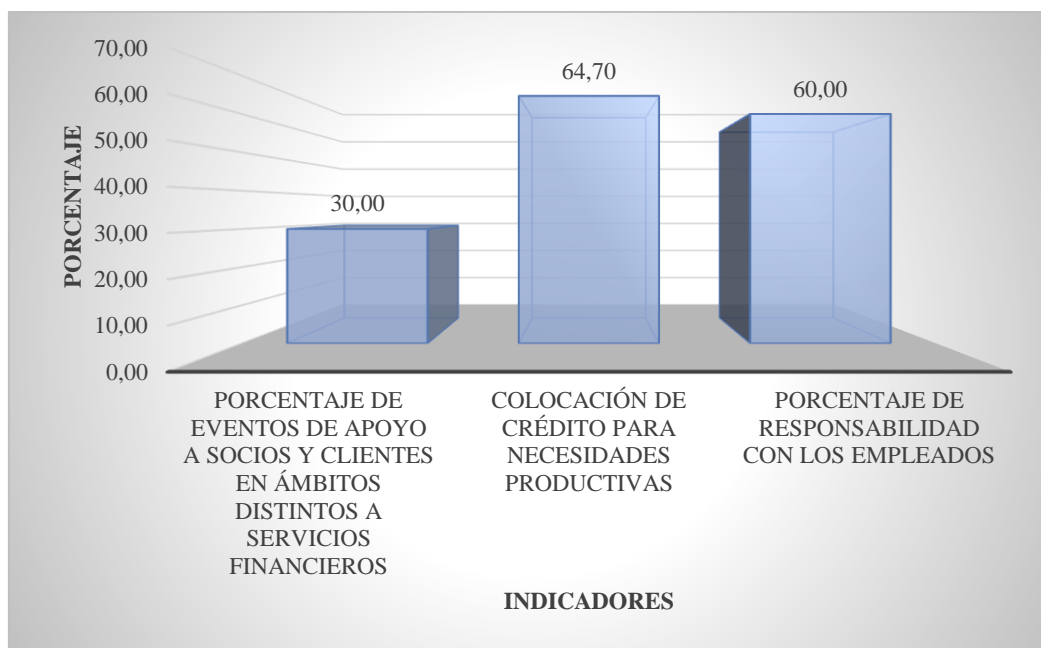


Gráfico 11. Indicadores Principio 7 Compromiso con la comunidad

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

En este principio se puede apreciar que el indicador más cercano de cumplir las expectativas con un porcentaje de 64.70 % es la colocación de créditos para necesidades productivas; y el indicador que menor cumplimiento refleja es el porcentaje de eventos de apoyo a socios y clientes en ámbitos distintos a los servicios financieros con un 30%.

Indicadores de Financiamiento

Los Indicadores de Financiamiento reflejan el punto de partida y el motivo por el cual se llevó a cabo el estudio; cabe recalcar que en la Coac. CACEC Ltda. debido a sus indicadores de cartera en Riesgo que mantuvo no le permitían el acceso a fondeo Nacional y peor aún poder calificar para fondeo internacional. En relación a este punto se ha creído necesario presentar la situación inicial con la que la Cooperativa empezó cuando se puso en práctica este proyecto, a continuación los resultados:

Tabla 16. Indicadores Financiamiento

INDICADORES FINANCIAMIENTO	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Endeudamiento externo/pasivo	0,1288	0,387	3	12,88
Cupo Fondeo Conafips	0,2500	0,750	3	25,00
Indicador de cumplimiento en Desempeño Social Conafips	0,6500	1,950	3	65,00

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

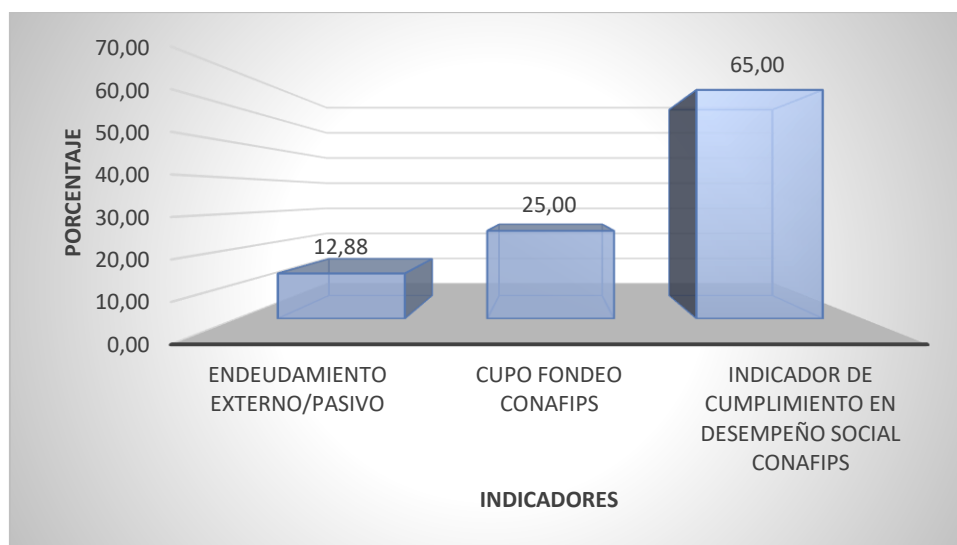


Gráfico 12. Indicadores de Financiamiento

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que todos los indicadores se encuentran muy debajo de las expectativas para tener un saludable financiamiento, el financiamiento externo está al 12.88% un cupo de fondeo de la Conafips muy bajo debido obviamente al Cumplimiento del Desempeño Social. Como información relevante el indicador de cartera en Riesgo con el se inició cuando se arrancó el estudio es el 22% con respecto a la Cartera total de créditos.

Análisis de resultados globales de los Indicadores de Balance Social

El Balance Social Cooperativo según (Fernández, 1998) representa un instrumento idóneo en el camino de ofrecer información social en forma sistemática y comparable, es un resumen importante de datos y conceptos con la finalidad de poner en manifiesto la

identidad cooperativa, brinda información sobre la responsabilidad social asumida y ejercida por la cooperativa, favorece la planificación, elaboración de presupuestos y controles sociales y difundir los beneficios de la cooperación.

El Balance Social de la CACEC Ltda. permitirá obtener una medición tanto interna como externa de la Cooperativa, así como un diagnóstico de las áreas en las que se enfocarán los planes de acción y la propuesta para el desarrollo de este proyecto. Una vez realizado el análisis individual de cada uno de los indicadores de los principios del cooperativismo se procede a realizar una representación ponderada del cumplimiento total resumido con la calificación, en donde P se emplea para abreviar principio y se encuentra enumerados y la parametrización se ha asignado como 3 el óptimo o eficiente con relación a la misión es decir mientras mayor incidencia tengan los indicadores para el alcance de la misión; adicional se realizó una representación gráfica.

Tabla 17. Indicadores Balance Social

PRINCIPIOS	CALIFICACIÓN	PARAMETRIZACIÓN
P1	0,68	3
P2	1,83	3
P3	3	3
P4	1,59	3
P5	0,82	3
P6	1,06	3
P7	1,55	3

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

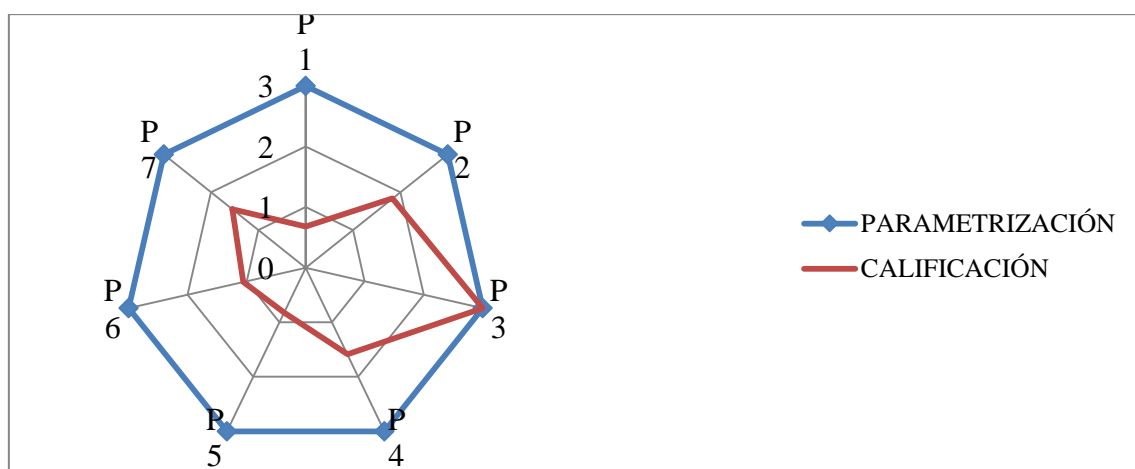


Gráfico 13. Indicadores Balance Social

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que los rubros que menor cumplimiento reflejan son el principio 1, 5 y 6 con 0.68, 0.82, y 1.06 respectivamente; son aquellos en los que hay que centrar las estrategias para el mejor diseño de la propuesta.

Análisis de resultados de la encuesta

La encuesta fue aplicada a 71 socios activos de la CACEC Ltda. Los resultados que se obtuvieron una vez aplicada la encuesta conforme al plan de recolección de datos y el procesamiento de esta información permitirán establecer las limitaciones o elementos a mejorar en la cooperativa en la presentación de la propuesta.

Se presentan los resultados y gráficas de cada pregunta así como una interpretación:

1. ¿En términos de calidad como califica el servicio financiero que ha recibido en la cooperativa?

Tabla 18. Calidad en el servicio financiero PREGUNTA 1

PREGUNTA 1. ALTERNATIVAS	RESULTADO	PORCENTAJE
Excelente	8	11,27
Muy bueno	31	43,66
Bueno	20	28,17
Regular	8	11,27
Malo	4	5,63

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

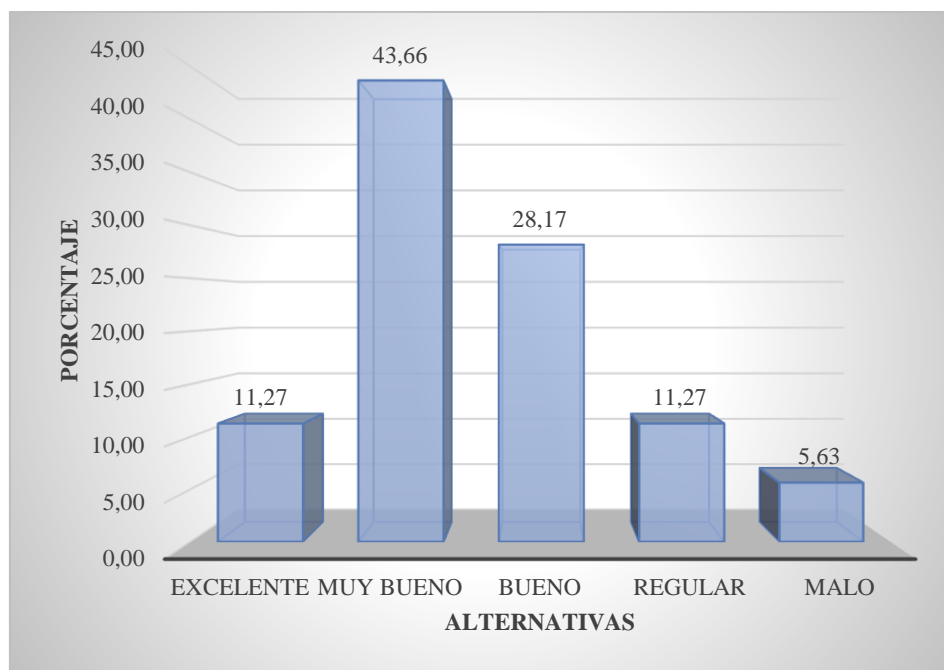


Gráfico 14. Calidad en el servicio financiero PREGUNTA 1

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que en esta pregunta la alternativa muy bueno alcanza un 43.66% muy superior seguido por muy bueno con el 28.17, el rubro que menor porcentaje presenta es malo con el 5.63 lo que significa que no existe mayor preocupación en lo referente a la calidad en el servicio.

2. ¿Los productos que le ofrece la cooperativa se ajustan a sus necesidades?

Tabla 19. Satisfacción de necesidades PREGUNTA 2

PREGUNTA 2. ALTERNATIVAS	RESULTADO	PORCENTAJE
Si	42	59,15
No	29	40,85

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

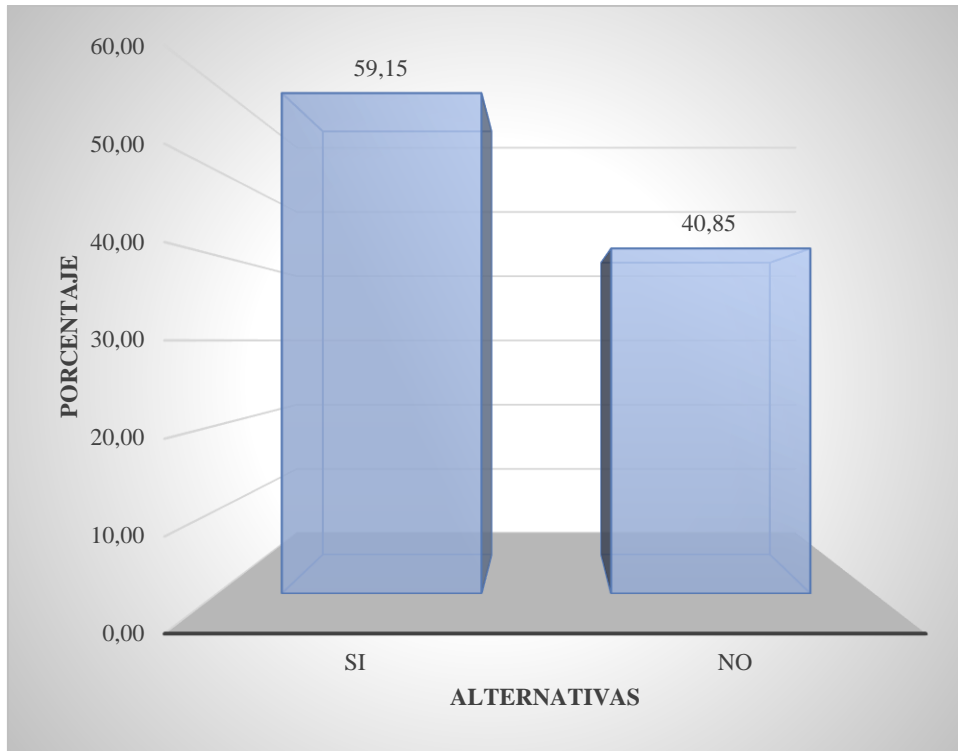


Gráfico 15. Satisfacción de necesidades PREGUNTA 2

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que en esta pregunta la alternativa si alcanza un 59.15% y no presenta un 40.85% se deberán establecer planes para mejorar algunas especificaciones de los productos financieros ya que el valor de no satisfacción es bastante alto.

3. ¿Cuáles son las razones que lo motivaron a aperturar la cuenta con nuestra institución?

Tabla 20. Motivos de apertura de cuenta PREGUNTA 3

PREGUNTA3. ALTERNATIVAS	RESULTADO	PORCENTAJE
Acceso a crédito	52	73,24
Acceso a ahorros	15	21,13
Acceso a pagos varios	4	5,63

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

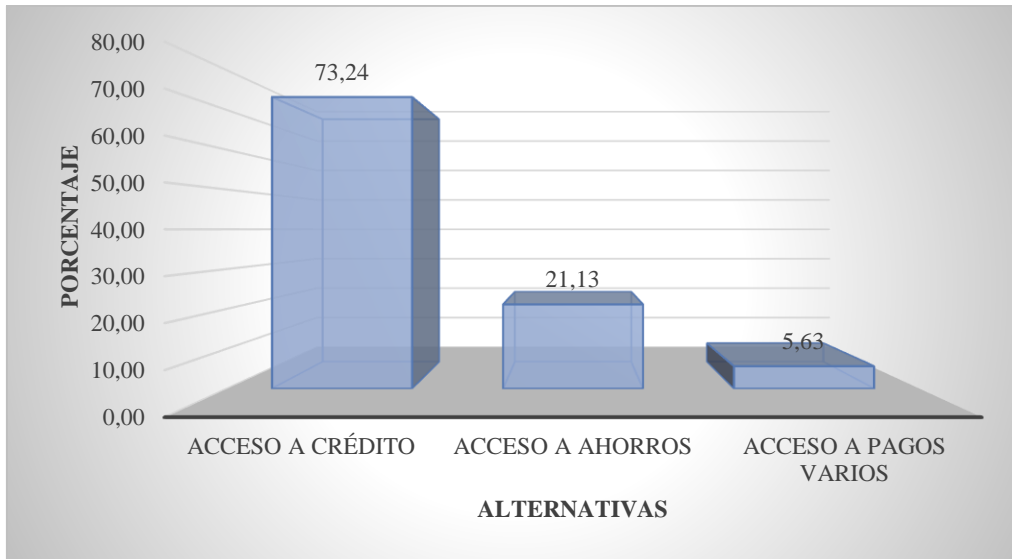


Gráfico 16. Motivos de apertura de cuenta PREGUNTA 3

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que en esta pregunta la alternativa acceso a crédito alcanza un 73.24%, acceso a ahorros el 21.13% y pagos varios apenas el 5.63%, es decir los planes de acción podemos encaminarlos a la segunda alternativa, debido a que el motivo del estudio parte de la obtención de recursos a bajo costo y estos son los del ahorro.

4. ¿Indique en que intervalo de tiempo, la cooperativa da respuesta a sus solicitudes de requerimientos?

Tabla 21. Tiempos de respuesta PREGUNTA 4

PREGUNTA 4. ALTERNATIVAS	RESULTADO	PORCENTAJE
De 1 día a una semana	24	33,80
Una semana a tres semanas	38	53,52
De un mes a tres meses	8	11,27
Más de tres meses	1	1,41

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

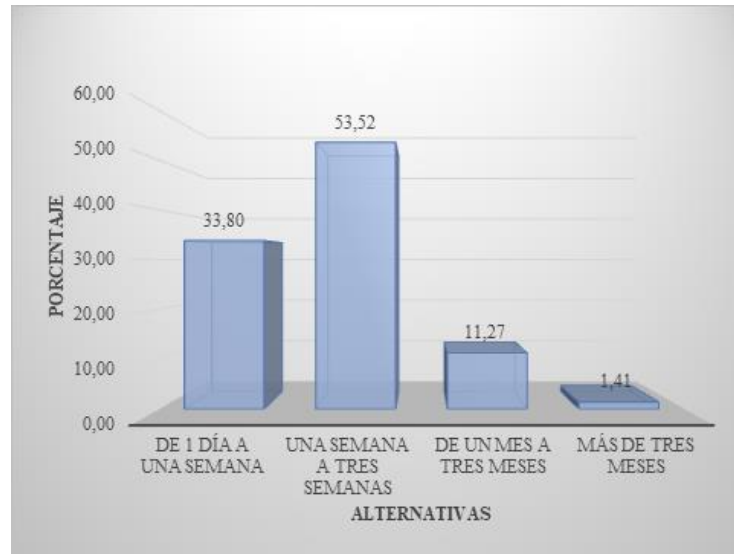


Gráfico 17. Tiempos de respuesta PREGUNTA 4

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede evidenciar que en esta pregunta la alternativa una semana a tres semanas alcanza un 53.52% lo cual no es lo óptimo ya que las gestiones deben ser menores a una semana, es decir se realizaran planes de acción para mejorar los procesos.

5. ¿Qué motivos le impulsarían a mantener su cuenta activa con nuestra Institución?

Tabla 22. Motivos para mantenerse en la institución PREGUNTA 5

PREGUNTA 5. ALTERNATIVAS	RESULTADO	PORCENTAJE
Solvencia Financiera	15	21,13
Mejores condiciones de crédito	36	50,70
Mejores tasas de ahorro	20	28,17

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

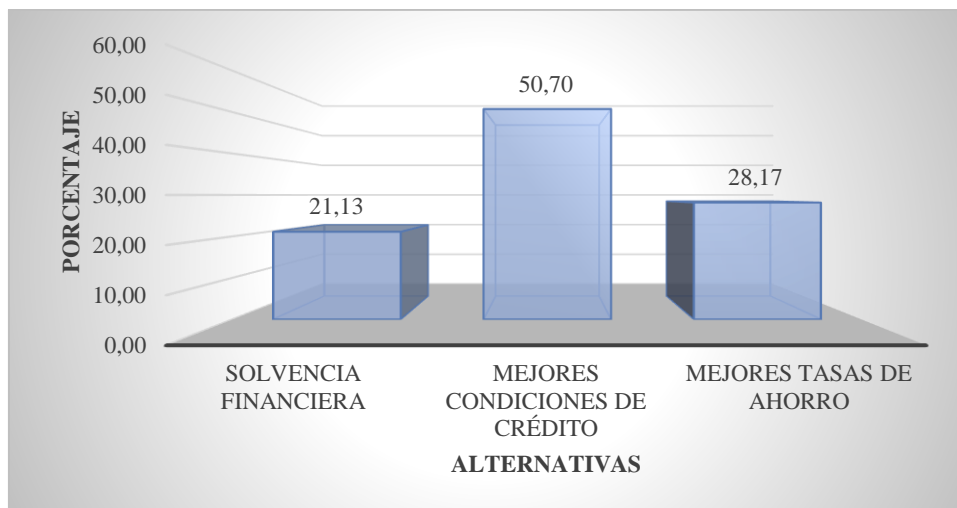


Gráfico 18. Motivos para mantenerse en la institución PREGUNTA 5

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede evidenciar que en esta pregunta la alternativa mejores condiciones de crédito es la que mayor porcentaje alcanza con un 50.70% y con un 28.17% se encuentra mejores tasas de ahorro. Siendo el principal motivo el crédito se trabajara con una propuesta en relación a la mejora del portafolio de productos y servicios que actualmente dispone la cooperativa. Y en segunda instancia un análisis con respecto a las tasas pasivas, puesto que como lo habíamos manifestado en el capítulo anterior las razones de este estudio se deben precisamente al alto costo de las tasas entregadas a los clientes en ahorros.

6. ¿Cómo califica al personal que le brinda los servicios en la cooperativa?

Tabla 23. Calificación del personal PREGUNTA 6

PREGUNTA 6 ALTERNATIVAS	RESULTADO	PORCENTAJE
Excelente	9	12,68
Muy bueno	30	42,25
Bueno	21	29,58
Regular	8	11,27
Malo	3	4,23

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

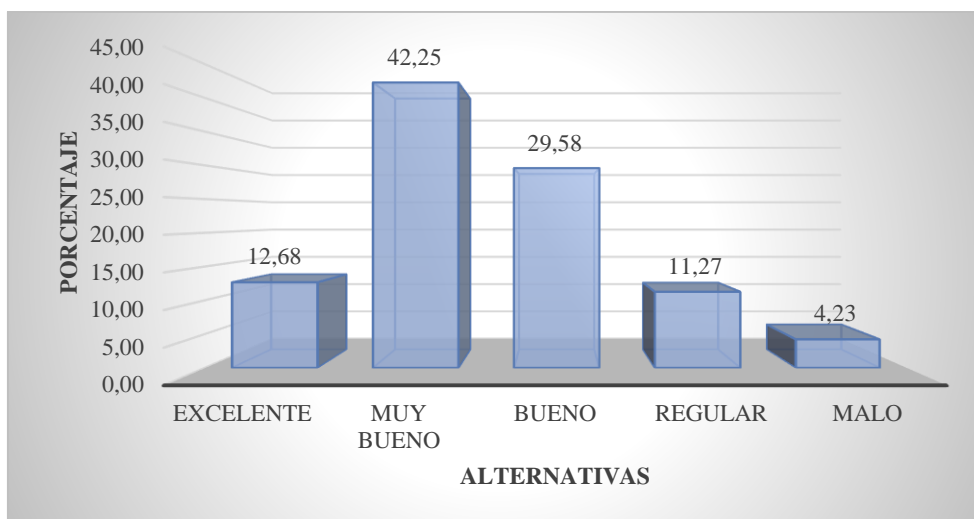


Gráfico 19. Calificación del personal PREGUNTA 6

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede evidenciar que en esta pregunta la alternativa muy bueno es la que mayor porcentaje alcanza con un 42.25% y con un 4.237% se encuentra malo, lo que evidencia que los socios en su mayor parte se encuentran satisfechos con el servicio del personal de la cooperativa.

7. ¿Qué temas de capacitación le gustaría recibir en la cooperativa?

Tabla 24. Temas de capacitación PREGUNTA 7

PREGUNTA 7. ALTERNATIVAS	RESULTADO	PORCENTAJE
Educación financiera	31	43,66
Proyectos productivos	25	35,21
Inversiones	15	21,13

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

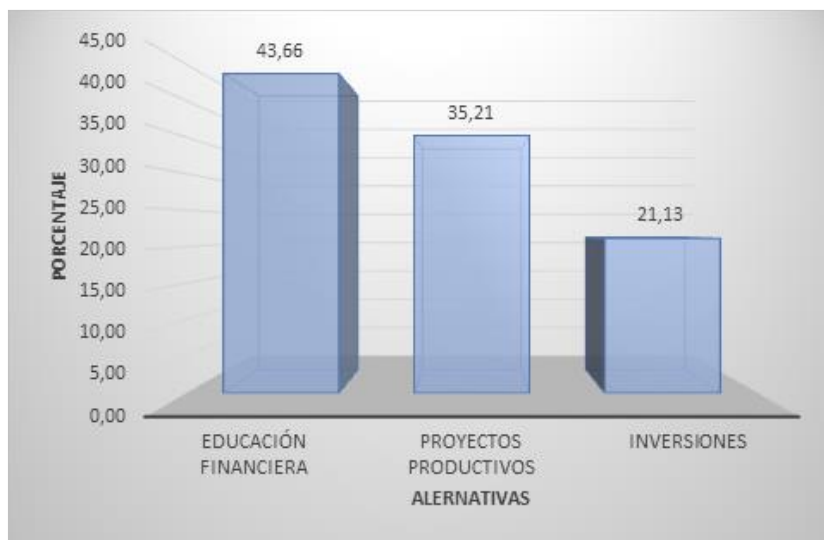


Gráfico 20. Temas de capacitación PREGUNTA 7

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede visualizar que en esta pregunta la alternativa educación financiera es la que mayor porcentaje alcanza con un 43.66% y con un 35.21% se encuentra proyectos productivos, temas en los que estarán enfocados los planes de acción.

8. ¿Cuáles de los siguientes aspectos la cooperativa debería fomentar?

Tabla 25. Aspectos a mejorar PREGUNTA 8

PREGUNTA 8. ALTERNATIVAS	RESULTADO	PORCENTAJE
Igualdad de Oportunidades	8	11,27
Prevención de riesgos laborales	10	14,08
Formación y capacitación interna	11	15,49
Comunicación y participación	5	7,04
Relaciones con clientes y proveedores	6	8,45
Integración con la comunidad	15	21,13
Procesos productos y servicios	12	16,90
Integración en el entorno	4	5,63

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

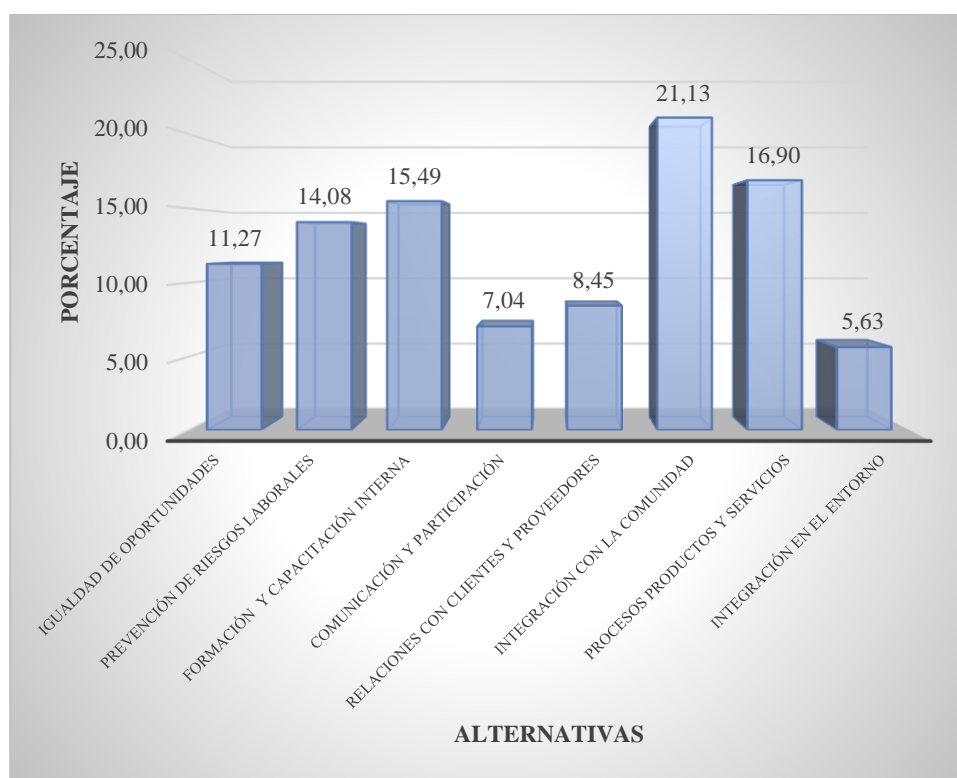


Gráfico 21. Aspectos a mejorar PREGUNTA 8

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede visualizar que en esta pregunta la alternativa integración a la comunidad es la que mayor porcentaje alcanza con un 21.13% y con un 16.90% se encuentra productos y servicios, temas en los que estarán enfocados los planes de acción ya que tienen el enfoque con el modelo de responsabilidad social.

9. ¿Por qué motivos usted no asiste a las asambleas convocadas por la Cooperativa?

Tabla 26. Motivos para no asistencia a asambleas PREGUNTA 9

PREGUNTA 9. ALTERNATIVAS	RESULTADO	PORCENTAJE
Por el horario	5	7,04
Porque no tratan temas de interés	4	5,63
No soy representante	62	87,32

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

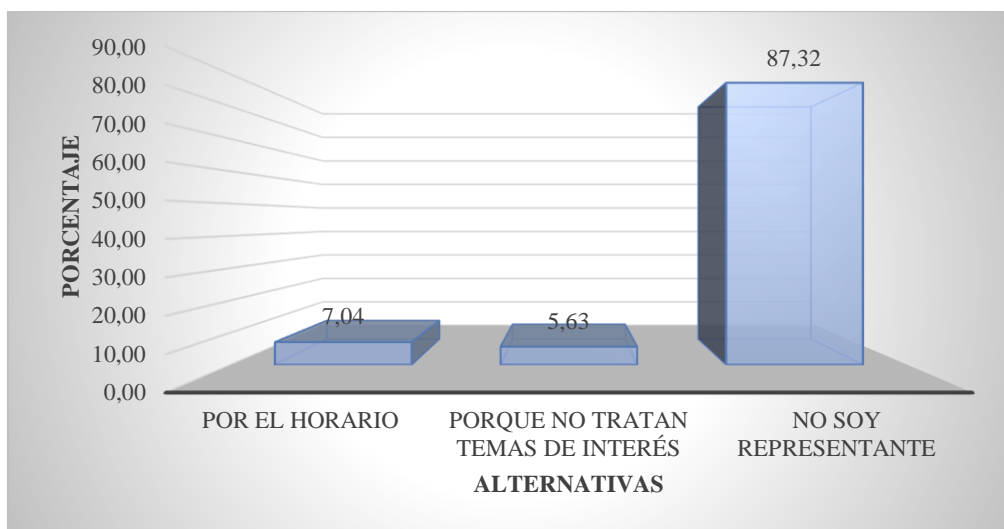


Gráfico 22. Motivos para no asistencia a asambleas PREGUNTA 9

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede visualizar que en esta pregunta la alternativa no soy representante es la que mayor porcentaje alcanza con un 87.32% y con un 7.04% se encuentra por el horario, considero que el análisis se realizará únicamente de las personas que si son representantes para la determinación de los planes de acción con relación a este tema.

CAPITULO 3

Implementación de la metodología de Responsabilidad Social Empresarial como herramienta para mejorar la fuente de financiamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda.

Propuesta de solución al problema

La presente investigación tiene como finalidad mediante la incorporación de la metodología de la Responsabilidad Empresarial mejorar los indicadores del Balance Social y presentar una alternativa de solución para tener la opción de incrementar las alternativas de financiamiento tanto en el ámbito nacional como en el internacional, teniendo como enfoque el cumplimiento de ciertos parámetros reflejada en planes de acción que permitan su optimización y mejor desempeño.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda. es una entidad financiera que persigue el bienestar de la comunidad en los ámbitos económico, ambiental y social y a pesar de no estar obligada al cumplimiento conforme la normativa de la Superintendencia de economía popular y solidaria la presentación obligatoria del Balance Social como parte de la propuesta se estableció el antelarse con la creación del departamento de Responsabilidad Social Empresarial y el diseño del Balance Social cero del cual se obtuvieron la información necesaria para realizar el análisis del diagnóstico de situación inicial a partir del nivel de cumplimiento de los indicadores con base a los principios cooperativos, para el diseño de los planes de acción que permitirán alcanzar resultados exitosos en esta investigación.

Los planes de acción no solo permitirán optimizar los indicadores del Balance Social que será plasmado en el beneficio de los clientes internos y externos, sino que podrán dar a la

Cooperativa la oportunidad de obtener financiamiento a bajo costo lo que permitiría realmente poder ofertar tasas de interés más bajas en los productos de crédito a los socios y clientes cumpliendo de esta forma con la que debería ser la verdadera razón del cooperativismo en entregar productos crediticios que no impliquen mayores costos y pagos de intereses sino buscar el bienestar de la ciudadanía en general y mejorar la calidad de vida de la ciudadanía en general.

Nombre de la propuesta

Implementación de la metodología de Responsabilidad Social Empresarial como herramienta para mejorar la fuente de financiamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda.

Objetivos

Objetivo General

- Incluir al Balance Social y la Responsabilidad social empresarial en la planeación estratégica de la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACEC Ltda.

Objetivo Específico

- Evaluar el nivel de cumplimiento de cada uno de los indicadores del Balance Social con relación a los principios del cooperativismo.
- Mejorar los indicadores de Balance Social que tienen mayor incidencia con la misión de la CACEC Ltda.
- Acceder a mejores fuentes de financiamiento y recursos a bajo costo mediante la implementación de este modelo.

Elementos de la propuesta

El diseño de la propuesta está enmarcado en dos elementos que van a ser presentados. El primer elemento consiste en el análisis de los indicadores del Balance Social que fueron

expuestos en el capítulo anterior en el diagnóstico situacional que tienen impacto directo en la misión de la cooperativa y permitan la factibilidad de calificar a tener mayor acceso a financiamiento a menor costo.

El segundo elemento con base a la información anterior el diseño de los planes de acción para solucionar las insuficiencias y tener mejores resultados que los obtenidos en el punto inicial.

Análisis de Indicadores del Balance social

La CACEC Ltda. cuando inició con el proceso de investigación para este proyecto no contaba con indicadores o cifras de Balance Social; sin embargo como se explicó anteriormente a pesar de no tener la obligación por normativa de hacerlo la cooperativa tiene el firme compromiso de mejora continua, por lo que al presentar como alternativa del tema de estudio tuvo la mejor acogida por parte del Consejo de Administración y la Gerencia de tal manera que se realizaron todos los esfuerzos y ajustes para su implementación, empezando por definirlo como objetivo dentro del Plan estratégico del año 2016 .

La información ha sido presentada numérica y gráficamente para determinar las insuficiencias en cada indicador de medición con relación a los principios del cooperativismo orientados a alcanzar la misión de la Cooperativa.

El principio con los indicadores de menor cumplimiento es el uno que corresponde a la Adhesión abierta y voluntaria específicamente en los indicadores de porcentaje de socios nuevos, socios ahorristas y deserción de socios.

El siguiente principio al cual se van a dirigir los esfuerzos es el principio cinco Educación, entrenamiento e información en el indicador de número de socios en programas de capacitación y formación cooperativa que es el que tiene el nivel más bajo de cumplimiento.

En tercer lugar se encuentra el principio seis Cooperación entre cooperativas en donde el indicador que requiere observación es porcentaje de fondeo procedente de cooperativas

de ahorro y crédito.

En último lugar a analizar se ubica el principio siete de Compromiso con la comunidad y el indicadores con menor cumplimiento es el porcentaje de eventos de apoyo a socios y clientes en ámbitos distintos a servicios financieros, considerándose que el proyecto en la cooperativa de Responsabilidad Social es nuevo esto es comprensible.

En función al cumplimiento de la misión y de Responsabilidad Social Empresarial, éstos son los principios con los indicadores a evaluar para un mejor desempeño social propuesto.

Planes de Acción

La propuesta que ha arrojado esta investigación no solamente depende de la aplicación de los planes de acción y mejora de los indicadores sino del compromiso de toda la institución con un cambio cultural pues hacer responsabilidad social empieza desde hacer bien el trabajo de cada uno de los funcionarios en cada área de la cooperativa. Es decir constituirse en la filosofía de vida de la cooperativa.

A continuación en este punto se presentarán los planes de acción para mejorar cada uno de los indicadores por principio arriba mencionados cuyos resultados esperados son aquellos que permitirán el alcance de los objetivos de este estudio, estos contienen las acciones o pasos a seguir que constituyen las actividades que se van a realizar en el plan, un presupuesto estimado que indica el valor estimado en el que la cooperativa incurre para la aplicación de este proceso, el período de tiempo que llevaría su aplicación expresado en semanas teniendo en cuenta un margen prudencial para su ejecución y el responsable de esta gestión quien será la persona o personas a quienes se les medirá , evaluará y sobre quienes estará directamente la responsabilidad de los resultados de la implementación del plan; y se describen de la siguiente manera:

Tabla 27. Plan de Acción Principio Adhesión abierta y voluntaria / Indicador Porcentaje de socios nuevos

ACCIONES	PRESUPUESTO	TIEMPO																RESPONSABLE
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Establecer parámetros de medición de crecimiento de socios nuevos	200	■	■															GERENCIA
Evaluación productos del activo y pasivo que tiene la institución	400			■	■	■	■											GERENCIA Y JEFE DE NEGOCIOS
Revisión de los productos del activo y pasivo que oferta el mercado	200							■	■									GERENCIA Y JEFE DE NEGOCIOS
Definición de nuevos productos del activo y pasivo acorde a los requerimientos de los socios	300							■	■									GERENCIA
Ajuste de los productos del activo con mejores condiciones de crédito para los socios	200									■	■							JEFE DE NEGOCIOS
Identificar prospectos de socios nuevos en las bases de distritos de educación y de comerciantes disponibles	300									■	■							JEFE DE NEGOCIOS
Establecer programas de comunicación de productos nuevos por medio como sms masivos, correo, redes sociales	300									■	■							JEFE DE TICS
Identificar las objeciones o razones de no interes de los socios contactados en las promociones	100									■	■							JEFE DE NEGOCIOS
Evaluar periódicamente el cumplimiento de estas acciones para conseguir los resultados esperados	200											■	■					GERENCIA Y AUDITORIA
TOTAL	2200																	

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

Tabla 28. Plan de Acción Principio Adhesión abierta y voluntaria / Indicador Porcentaje de socios Ahorristas

ACCIONES	PRESUPUESTO	TIEMPO																RESPONSABLE
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Establecer parámetros de medición de crecimiento de socios Ahorristas	200	■	■															GERENCIA
Evaluación productos del pasivo que tiene la institución	300		■	■														GERENCIA Y JEFE DE NEGOCIOS
Revisión de los productos del pasivo que oferta el mercado	250				■	■												GERENCIA Y JEFE DE NEGOCIOS
Definición de nuevos productos del pasivo acorde a los requerimientos de los socios	300						■	■										GERENCIA
Ajuste de los productos del pasivo con mejores condiciones para los socios	400									■	■							JEFE DE NEGOCIOS
Revisión de bases de socios de la Cooperativa para búsqueda de prospectos	300									■	■	■						JEFE DE NEGOCIOS
Identificar prospectos de socios nuevos en las bases de distritos de educación y de comerciantes disponibles	300									■	■	■						JEFE DE NEGOCIOS
Establecer programas de comunicación de productos nuevos por medio como sms masivos, correo, redes sociales	400									■	■	■	■					JEFE DE TICS
Identificar las objeciones o razones de no interes de los socios contactados en las promociones	400									■	■	■	■					JEFE DE NEGOCIOS
Evaluar periódicamente el cumplimiento de estas acciones para conseguir los resultados esperados	200															■	■	GERENCIA Y AUDITORIA
TOTAL	3050																	

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Tabla 29. Plan de Acción Principio Adhesión abierta y voluntaria / Indicador Porcentaje de deserción de socios

ACCIONES	PRESUPUESTO	TIEMPO																RESPONSABLE
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Establecer parámetros de medición de deserción de socios	200	■	■															GERENCIA
Evaluación productos del activo y pasivo que tiene la institución	400			■	■	■	■											GERENCIA Y JEFE DE NEGOCIOS
Revisión de los productos del activo y pasivo que oderta el mercado	350							■	■									GERENCIA Y JEFE DE NEGOCIOS
Definición de nuevos productos del activo y pasivo acorde a los requerimientos de los socios	350							■	■									GERENCIA
Ajuste de los productos del activo con mejores condiciones de crédito para los socios	300									■	■							JEFE DE NEGOCIOS
Revisión de bases de socios de la Cooperativa para explicar los beneficios y evitar deserción	400									■	■	■	■					JEFE DE NEGOCIOS
Establecer programas de comunicación de productos nuevos por medio como sms masivos, correo, redes sociales	300											■	■	■	■			JEFE DE TICS
Identificar las objeciones o razones de no interes de los socios contactados en las promociones	400													■	■	■	■	JEFE DE NEGOCIOS
Visita aleatoria socios para mejorar los productos en función de las necesidades de los socios	400													■	■	■	■	JEFE DE NEGOCIOS
Evaluar periódicamente el cumplimiento de estas acciones para conseguir los resultados esperados	200																■	GERENCIA Y AUDITORIA
TOTAL	3300																	

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Tabla 30. Plan de Acción Principio Educación, entrenamiento e información / Indicador Número de socios en programas de capacitación y formación

ACCIONES	PRESUPUESTO	TIEMPO																RESPONSABLE
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Determinar el presupuesto destinado para capacitación de los socios	200	■																GERENCIA Y TALENTO HUMANO
Establecer programas de capacitación por módulos	300		■	■	■													TALENTO HUMANO
Evaluación preliminar del personal a encargarse de la capacitación	100					■												TALENTO HUMANO
Preparación del material y presentación para la capacitación para un mes	200						■	■										TALENTO HUMANO
Definición de los horarios y tiempos de capacitación	100							■	■									TALENTO HUMANO
Establecer responsables que solventen la ausencia del colaborador para capacitación	200								■	■								TALENTO HUMANO
Coordinar los tiempos con el personal del front para evitar acumulación de trabajo	300									■	■	■	■	■	■	■	■	TALENTO HUMANO
Selección de los clientes y socios para los procesos de capacitación	300										■	■	■	■	■	■	■	TALENTO HUMANO
Confirmación telefónica con los clientes y socios para la capacitación	300											■	■	■	■	■	■	FRONT DE OPERACIONES
Aplicar la capacitación a los socios y clientes de la cooperativa	400												■	■	■	■	■	TALENTO HUMANO Y JEFE DE NEGOCIOS
Evaluar periódicamente el cumplimiento de estas acciones para lograr los resultados esperados	200															■	■	GERENCIA Y AUDITORIA
TOTAL	2600																	

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

Tabla 31. Plan de Acción Principio Cooperación entre cooperativas / Indicador Fondo procedente de cooperativas de ahorro y crédito

ACCIONES	PRESUPUESTO	TIEMPO																RESPONSABLE	
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Establecer parámetros de medición de fondeo de cooperativas de ahorro y crédito	200																		GERENCIA
Revisión y Evaluación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la provincia	400																		JEFE DE NEGOCIOS
Preparación del personal para visitar estas Cooperativas	300																		JEFE DE NEGOCIOS
Elaboración del material para la visita a los Gerentes o representantes de las cooperativas	200																		JEFE DE CAPTACIONES
Elaboración de la agenda para la organización de visitas en función a tiempos y distancias	200																		ÁREA DE CAPTACIONES
Confirmación telefónica para la visita a los funcionarios de la Cooperativa	200																		ÁREA DE CAPTACIONES
Visita a los Gerentes o representantes de las cooperativas	600																		ÁREA DE CAPTACIONES
Identificar las objeciones o razones de no interés de las Cooperativas contactados en las visitas	400																		ÁREA DE CAPTACIONES
Seguimiento y control periódico de la Gestión	200																		JEFE DE NEGOCIOS
TOTAL	2700																		

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

En la siguiente tabla se ha determinado en la propuesta una estrategia que consiste en la capacitación a los socios en proyectos de emprendimiento y administración de negocios.

Tabla 32. Plan de Acción Principio Compromiso con la comunidad / Indicador porcentaje de eventos de apoyo a socios y clientes en ámbitos distintos a servicios financieros

ACCIONES	PRESUPUESTO	TIEMPO																RESPONSABLE	
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Determinar el presupuesto destinado para capacitación de los socios	200	■																	GERENCIA Y TALENTO HUMANO
Establecer programas de capacitación en emprendimientos y administración de negocios por módulos	600		■	■															TALENTO HUMANO
Evaluación preliminar del personal a encargarse de la capacitación	200				■														TALENTO HUMANO
Preparación del material y presentación para la capacitación para un mes	200					■	■												TALENTO HUMANO
Definición de los horarios y tiempos de capacitación	100					■	■												TALENTO HUMANO
Establecer responsables que solventen la ausencia del colaborador para capacitación	200					■	■												TALENTO HUMANO
Coordinar los tiempos con el personal del front de balcón de servicios para evitar acumulación de trabajo	200					■	■												TALENTO HUMANO
Selección de los clientes y socios para los procesos de capacitación	600							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	TALENTO HUMANO
Confirmación telefónica con los clientes y socios para la capacitación	600							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	FRONT DE OPERACIONES
Aplicar la capacitación a los socios y clientes de la cooperativa	800							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	TALENTO HUMANO Y JEFE DE NEGOCIOS
Evaluar periódicamente el cumplimiento de estas acciones para lograr los resultados esperados	200																■	■	GERENCIA Y AUDITORIA
TOTAL	3900																		

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

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

La propuesta va a contribuir a la solución de las insuficiencias que fueron detectadas en la fase del diagnóstico que permitirán introducir a la institución la metodología de la Responsabilidad Social y de esta forma obtener mejores indicadores del Balance Social.

En relación al primer indicador analizado acerca del incremento de socios nuevos las actividades en el plan de acción específicamente las de evaluación, revisión y ajuste de los productos del activo y del pasivo, permitirán el desarrollo de nuevos y mejorados productos y servicios financieros que permiten una mayor satisfacción de las necesidades de los clientes y socios, por tal razón el incremento de este rubro lo que es beneficioso para la institución, esta estrategia se obtuvo de la encuesta aplicada en la cooperativa.

Con respecto al indicador de porcentaje de socios ahorristas el plan de acción permite el incremento de socios que ahorren debido a que las actividades se canalizan al desarrollo de mejores productos del pasivo o que incentiven el ahorro, el cual será reforzado en la revisión del principio cinco, puesto que va a ir acompañado de capacitación de la importancia, proceso y consecuencias del ahorro. En fin la concientización sumada a mejor oferta de productos y servicios va a contribuir a que este indicador mejore su resultado.

Al analizar el indicador de deserción de socios se establecieron las actividades que permitirán reducir la salida de los socios activos de la Cooperativa, se establecen las actividades debido a los resultados de la encuesta que se aplicó y cuyos resultados establecen que los socios les interesa que se mejoren los beneficios y las condiciones en los productos de crédito ya que esta es la mayor razón por la que los socios preferían no cerrar su cuenta y mantener la relación activa con la institución.

El indicador siguiente a ser analizado corresponde al número de socios capacitados en la cooperativa en donde la propuesta establece como necesario la identificación y establecimiento de los programas de capacitación por módulos ya que se deben realizar en forma progresiva; y los temarios de los dos módulos iniciales son:

- Módulo de Educación Financiera: Los principios del Cooperativismo, origen del dinero, el crédito y su importancia, condiciones de pago de un crédito, educación financiera conceptos, proceso para una adecuada educación financiera, consecuencias de no uso de la educación financiera, el ahorro, su importancia, formas de ahorro.
- Módulo de emprendimientos y administración del negocio: El emprendimiento, fases para realizar un emprendimiento, evaluación financiera del negocio, administración integral del negocio, recursos necesarios para una correcta administración.

Este plan permitirá no solo mejorar e incrementar el número de socios capacitados, los resultados a conseguir van por encima de esto y serán analizados posteriormente.

De acuerdo al plan de acción que corresponde al indicador para el incremento del fondeo de cooperativas frateras, se propone acciones que permitan hacer un análisis minucioso del mercado, posterior una preparación del personal así como del material para poder realizar los acercamientos con los representantes de las cooperativas antelándose a manejos de objeciones y poder alcanzar fondeo de parte de las mismas.

En el análisis del último indicador acerca de apoyo a los socios se ha planteado acciones referentes a la educación de socios y no para tener un impacto positivo en la comunidad y sociedad en general. Los módulos fueron establecidos anteriormente en el plan de acción de educación y formación. Al momento que se empieza a trabajar en la educación de los socios se pueden obtener los siguientes beneficios:

- Clientes y socios que comprenden el sentido y funcionamiento de la cooperativa, pues se van a empezar analizando los principios del cooperativismo; es decir podrán aplicar sus deberes y derechos.
- Clientes y socios que comprenden el origen del dinero en la cooperativa y la forma en la que la institución lo administra en beneficio de sus socios, así como el papel que desempeña como parte de la cooperativa sea en productos de crédito o de ahorro.

- Clientes y socios que comprenden como el otorgar un crédito dinamiza la economía, la cooperativa y el núcleo familiar beneficiado del producto financiero, y las consecuencias de una adecuada inversión y pago del mismo reduciendo los índices de cartera vencida.
- Clientes y socios que comprendan la importancia del uso de una adecuada educación financiera, el impacto en sus vidas, su entorno y la sociedad.
- Clientes y socios que comprendan la razón de ser del ahorro, sus beneficios e impacto en el bienestar de la familia cambiando una filosofía de recurrir a la institución financiera cuando exista la necesidad de realizar un plan de inversión.
- Clientes y socios que comprendan la correcta administración de un emprendimiento y el correcto manejo de sus recursos para poder generar ingresos y una mejor calidad de vida para su núcleo familiar. La interrelación del emplear de manera efectiva sus recursos y los ajenos provenientes de proveedores, instituciones financieras y terceros para obtener un mejor desempeño de sus negocios.

De esta forma se contribuye para mejorar el comportamiento de éstos indicadores y obtener los parámetros que son medidos para la obtención de recursos financieros.

Premisas para su implementación

El Departamento de Responsabilidad Social creado en la cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores Primarios de Cotopaxi CACEC Ltda. a raíz de este proyecto tiene el objetivo de incentivar el empoderamiento a la Responsabilidad Social desde el Gobierno Corporativo; hasta llegar a todos los colaboradores; pues es una tarea de toda la organización, para garantizar la sustentabilidad y sostenibilidad de las acciones programadas.

Presentar el proyecto de manera atractiva ayudará a cautivar el interés; demostrando que la Responsabilidad Social es una ventaja competitiva que permitirá el desarrollo organizacional; creando nuevas y mejores oportunidades para todos en una fase de

sensibilización del personal durante su fase inicial y durante todo el proyecto.

El equipo de trabajo de RS en la Cooperativa CACEC Ltda. estará compuesto en primer lugar por el Gerente puesto que al ser el representante de la organización va a canalizar los esfuerzos para poder ejecutar el proceso, estando el convencido de la importancia aplicación de los planes de acción, se puede incluir dentro del plan estratégico de la Cooperativa y de esta forma coadyuvar con todos los recursos para la realización de todas las actividades inherentes. Y es la persona primera en entrar al proceso de sensibilización y cambio de mentalidad para entrar a un modelo de cambio.

En segundo lugar se debe trabajar de la mano con el líder del departamento de Talento Humano ya que es una de las áreas más importantes en cualquier organización. Ningún departamento de Talento humano puede ser socialmente responsable si no cumple con las premisas básicas que hacen al cuidado del capital humano que administra, de sus stakeholders y del medio ambiente, es decir mediante este responsable manejamos y aplicamos desde el proceso de sensibilización a toda la institución, la ejecución de los planes de acción y hasta la posterior revisión de los resultados posterior a la aplicación del modelo en un lapso de período que volverán a ser el punto de partida.

En tercer lugar otra de las personas que requeriría para el equipo es el responsable del área de tecnología o TICs puesto que él es una de las personas que facilitará la información necesaria para la elaboración de los indicadores que medirán tanto los puntos base como los avances del modelo. La información real y oportuna permitirá realizar mejor el análisis.

En cuarto lugar el otro miembro de mi equipo sería el Jefe del área comercial y del área de Balcón de servicios puesto que serán el nexo entre los clientes internos y los clientes externos para complementar el proceso.

El quinto miembro del equipo sería el Presidente del Consejo de Administración ya que permitirá el compromiso y avance de todo este proyecto, así como la aprobación de la nueva estructura para alcanzar los objetivos del proceso.

El último miembro del equipo sería el Auditor de la Institución, debido al seguimiento y

control requerido en el avance y continuidad de todos los indicadores que se seleccionaron para concluir el proceso de RSE. Y de ser ya el caso delimitará los pisos y techos delimitados para los indicadores por el ente de control, la SEPS o de la institución de la que queramos obtener los permisos o certificación.

Validación práctica parcial de la propuesta

La presente investigación y proyecto fue presentado a la Gerencia y al Consejo de administración de la CACEC Ltda. y ha venido desarrollándose desde enero del 2016 en donde se arrancó con la creación del departamento a cargo de las funciones y de la implementación de la responsabilidad Social así como el asignar al responsable de esta área quién fue enviado a la capacitación y preparación por expertos para un desempeño efectivo y eficiente; el equipo de trabajo y la respectiva inclusión de todas estas actividades de estrategia dentro del Plan estratégico de la institución. Se analizó la factibilidad de la aplicación de este modelo empezando por un piloto con los planes de acción del principio uno de Adhesión abierta y voluntaria; y cinco de Educación, entrenamiento e información, al ser aquellos con cifras más alarmantes de cumplimiento del estudio.

Aplicación práctica de la propuesta y comprobación de los resultados

Se consideró apropiado empezar la aplicación práctica de la propuesta con el plan de acción para incrementar el indicador de capacitación puesto que los beneficios proyectados con este plan se podían alcanzar a corto plazo y a un costo sumamente bajo, a la par con la revisión de los indicadores del principio uno como son el número de socios nuevos, incremento de socios ahorristas y bajar el nivel de deserción de socios de la cooperativa.

El proceso de capacitación otra de actividades de la propuesta se realizó conforme al plan de acción propuesto, así como los otros planes a partir de marzo del 2016 para tener un primer corte transcurrido un período anual con la comprobación de los resultados y el alcance de mejora obtenido con respecto al diagnóstico inicial.

Los resultados con corte a marzo 2017 se presentan a continuación:

Tabla 33. Indicadores Principio 1 Adhesión abierta y voluntaria con la aplicación de la propuesta

INDICADORES PRINCIPIO 1	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Deserción de socios	0,46	1,38	3	46,15
Socios ahorristas	0,34	1,03	3	34,23
Cartera de crédito en mujeres	0,76	2,28	3	75,91
Porcentaje de socios nuevos	0,26	0,78	3	26,15

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

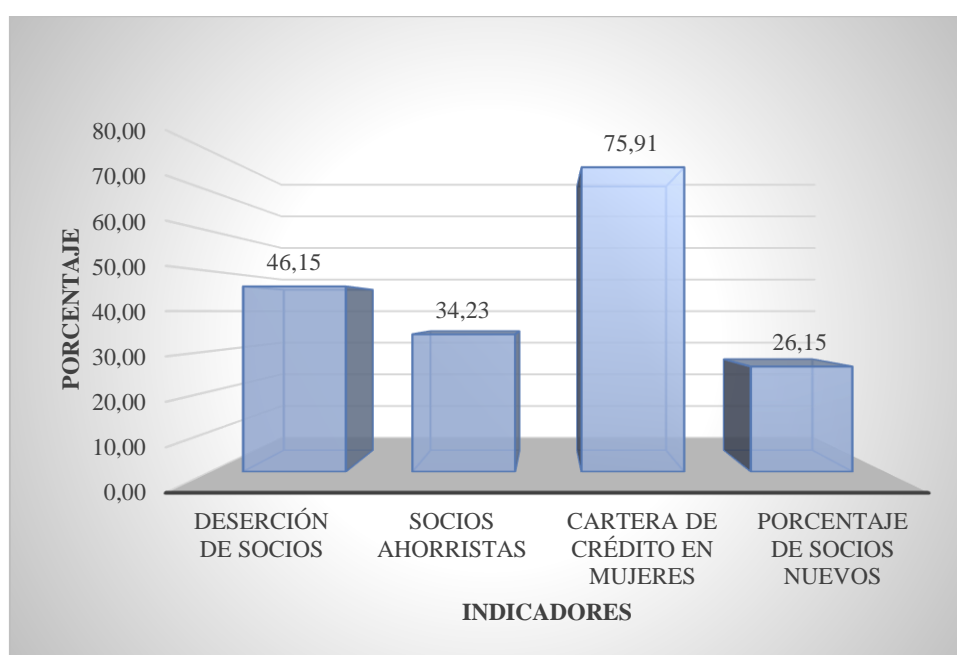


Gráfico 23. Indicadores Principio 1 Adhesión abierta y voluntaria con la aplicación de la propuesta

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

En este principio se puede apreciar que el indicador que está con mejores cumplimientos es el indicador de cartera de crédito en mujeres con un 75.91% lo que es positivo en virtud que las ongs estudiadas en el marco teórico financian sus capitales si las operaciones de crédito son para mujeres en su mayor parte. El indicador que mayores deficiencias presentaba era el socios nuevos con un 3.68% y en el corte actual ha mejorado notablemente alcanzando un 26.15% que evidencia que la aplicación del plan de acción generó un incremento de socios nuevos. En el indicador de deserción de socios también hubo un incremento de las personas que desistieron el cierre de sus cuentas y prefieren

seguir siendo socios activos de la cooperativa. Y con lo que respecta al indicador de socios ahorristas se incrementó el cumplimiento al 34.23% mejorando notablemente con relación a los datos del período 2016. El incremento de eficiencia en estos indicadores permitió que sin necesidad de aplicar aun los otros planes de acción existiera un mejor nivel en los otros principios.

A continuación se presentan los resultados del principio cinco y como el impacto de gestión del plan de acción contribuyeron a una mejor presentación de los resultados en forma individual y después en forma global en la gráfica de Balance Social:

Tabla 34. Indicadores Principio 5 Educación, entrenamiento e información con la aplicación de la propuesta

INDICADORES PRINCIPIO 5	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Porcentaje de destinatarios Fondo de Capacitación para formación	0,33	1,00	3	33,33
Número de socios en programas de capacitación y formación cooperativa	0,75	2,25	3	75,00
Porcentaje de cumplimiento de presupuesto de capacitación	0,43	1,28	3	42,57

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

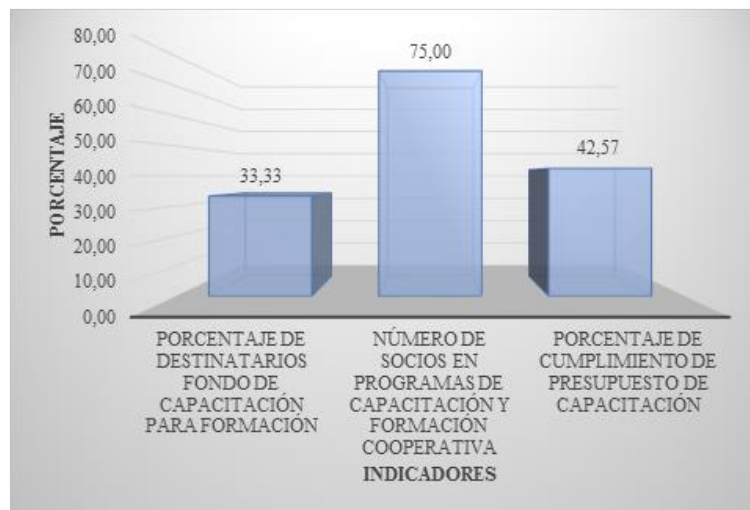


Gráfico 24. Indicadores Principio 5 Educación, entrenamiento e información con la aplicación de la propuesta

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.
Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que el indicador que mayores deficiencias que era el de número de socios en programas de capacitación con un 6.32%, paso a un 75% de cumplimiento evidenciando una mejora total del indicador.

Tabla 35. Indicadores Balance Social con la aplicación de la propuesta

CALIFICACIÓN DE RESULTADOS		
PRINCIPIOS	CALIFICACIÓN	PARAMETRIZACIÓN
P1	1,37	3
P2	2	3
P3	3	3
P4	1,62	3
P5	1,51	3
P6	1,06	3
P7	1,68	3

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

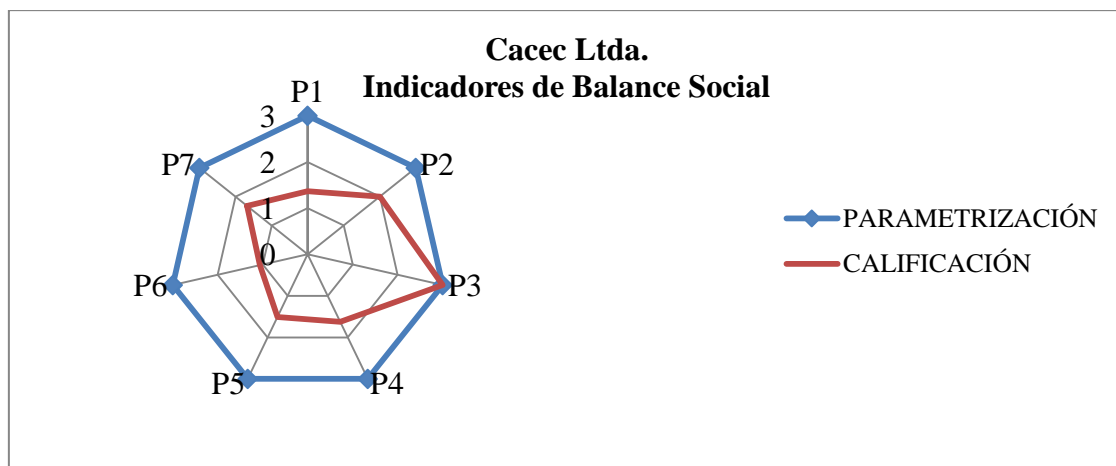


Gráfico 25. Indicadores Balance Social con la aplicación de la propuesta

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que después de la propuesta así en el principio uno subió su cumplimiento a 1.37 y el principio cinco subió a 1.51 evidenciando haber sido un período muy productivo, a pesar de no haber tenido antes el departamento de Responsabilidad Social y técnicamente empezar de cero.

Adicional como información trascendente se puede validar que gracias a la incorporación de la metodología de la Responsabilidad Social y el cambio de gestiones aplicados en la Cooperativa se logró alcanzar indicadores de morosidad que desde su aplicación bajaron del 22% para con corte a Marzo del 2017 llegar al 10%

Tabla 36. Indicadores Balance Social con la aplicación de la propuesta

FECHA	CARTERA TOTAL	CARTERA EN RIESGO	% RATIO EN RIESGO
mar-16	5172114,01	1132532,06	21,90%
abr-16	5189470,33	954559,17	18,39%
may-16	5273014,31	857138,35	16,26%
jun-16	5344681,13	766180,13	14,34%
jul-16	5414344,03	657002,93	12,13%
ago-16	5395970,22	655459,58	12,15%
sep-16	5536985,45	655112,33	11,83%
oct-16	5536985,45	658080,98	11,89%
nov-16	5614681,25	657335,51	11,71%
dic-16	5724124,11	657370,68	11,48%
ene-17	5995970,34	657022,81	10,96%
feb-17	6226985,25	620197,53	9,96%
mar-17	6536985,66	630197,53	9,64%

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

En consecuencia hubo un cambio de cultura de los clientes, lo que ha permitido que los indicadores financieros que son estudiados por la Conafips para el otorgamiento de financiamiento como se analizó en el estado del arte continúen mayores al 100% y hayan mejorado su cumplimiento. Al mejorarse la cartera en Riesgo la institución mejoró la rentabilidad pues bajo sus gastos y provisiones de esta forma todos los indicadores mejoraron.

Y en consideración con el parámetro de Desempeño Social que es en el que la Cooperativa tenía inconvenientes, éstos resultados permitieron ya poder tener un mayor y mejor acceso a financiamiento a bajo costo entre tasas del 2 al 6 % puesto que la Conafips para enero de 2017 incremento el cupo para la CACEC Ltda. a un millón de dólares lo que significa que se triplico el rubro que la institución tenía antes del estudio debido a sus resultados en sus indicadores de financiamiento con la aplicación parcial de la propuesta que se detallan de la siguiente manera:

Tabla 37. Indicadores Financiamiento con la aplicación de la propuesta

INDICADORES FINANCIAMIENTO	INDICADOR	PONDERACIÓN	PARAMETRIZACIÓN	PORCENTAJE
Endeudamiento externo/pasivo	0,17	0,50	3	16,72
Cupo Fondo Conafips	0,60	1,80	3	60,00
Indicador de cumplimiento en Desempeño Social Conafips	0,88	2,64	3	88,00

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

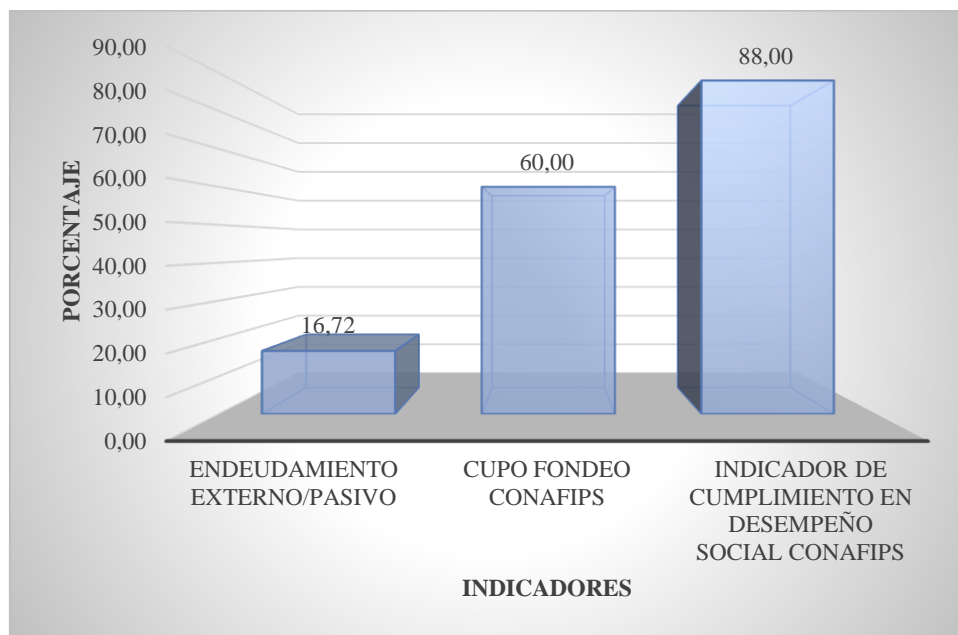


Gráfico 26 . Indicadores de Financiamiento con la aplicación de la propuesta

Fuente: Sistema Interno Coop. CACEC Ltda.

Elaborado por: Nancy Mullo

Se puede apreciar que todos los indicadores subieron en especial el cupo de fondeo de la Conafips, como consecuencia de un incremento de cumplimiento en el indicador de desempeño social.

Con el cierre de Balances de Junio la Cooperativa empieza negociaciones con fondeadores del exterior puesto que presenta un mejor panorama de indicadores para calificar a financiamiento, alcanzando el objetivo de este estudio.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Esta investigación ha permitido alcanzar una mirada más crítica al rol que juega la Responsabilidad Social Empresarial en la actual realidad social, ya que nos demuestra cómo es posible implementar una serie de mecanismos que contribuyeron a que la CACEC Ltda. adquiera un valor específico distinto en la sociedad frente a sus stakeholders.

En la evolución de este proceso desde el punto de vista de la estrategia y dirección no solo se enfoca como un tema de obligatoriedad al pagar impuestos, cumplir con las normativas establecidas, o mucho menos el realizar actividades de filantropía. El objetivo es la búsqueda de mercados cuya proyección en el futuro será el optar por instituciones y empresas que lo apliquen, buscando estrategias de ventaja competitiva pues los clientes internos y externos requieren organizaciones financieras que persigan su bienestar y no solamente la rentabilidad financiera de las instituciones.

A nivel nacional e internacional existen instituciones dedicadas al financiamiento como la Conafips en Ecuador, Triple Jump de Lima Perú, Étimos con fondos de Italia, Symbiotics de Luxemburgo, Triodos del Perú son algunas de las aspiraciones que tiene la Cooperativa para inyectarse de capital puesto que estas instituciones se dedican a administrar y asesorar fondos. Y tienen como objetivo lograr un impacto positivo en los segmentos de la sociedad menos atendidos y buscan inversionistas que desempeñen intermediación financiera con gestión responsable, por ende poseen parámetros de control y exigencia basados en principios de Responsabilidad Social Empresarial y desempeño financiero social.

Se pudo evidenciar que una de las debilidades de la CACEC Ltda. proviene de los altos costos de los recursos financieros con tasas de hasta el 11% en virtud de la inexistencia de una cultura de ahorro de los clientes y socios, como también una competencia por tasas pasivas entre instituciones financieras. Adicional las condiciones los indicadores de financiamiento se encontraban muy debajo de las expectativas para tener un saludable financiamiento, el indicador de financiamiento externo está al 12.88%, un cupo de fondeo de la Conafips al 25% debido obviamente al bajo Cumplimiento del Desempeño Social del 65%.

Como parte inicial de la propuesta se estableció el antelarse con la creación del departamento de Responsabilidad Social Empresarial y el diseño del Balance Social cero, con la implementación de su metodología correspondiente, de los cuales se obtuvieron la información necesaria para realizar el análisis del diagnóstico de situación inicial a partir del nivel de cumplimiento de los indicadores con base a los principios cooperativos, para el diseño de los planes que son el objeto razón de ser esta investigación.

Los planes de acción no solo permitieron optimizar los indicadores del Balance Social que será plasmado en el beneficio de los clientes internos y externos, sino que podrán dar a la Cooperativa la oportunidad de obtener financiamiento a bajo costo lo que permitiría realmente poder ofertar tasas de interés más bajas en los productos de crédito a los socios y clientes cumpliendo de esta forma con la que debería ser la verdadera razón del cooperativismo en entregar productos crediticios que no impliquen mayores costos y pagos de intereses sino buscar el bienestar de la ciudadanía en general y mejorar la calidad de vida de la ciudadanía en general.

El proyecto de Responsabilidad Social empresarial en esta institución permitió alcanzar resultados positivos puesto que todos los miembros de la institución alcanzaron su nivel más alto de compromiso; sin embargo su influencia partió del liderazgo gerencial ya que se consolida al convertirse en el ADN de la Empresa, en donde el líder empezó por hacerlo parte de la planificación estratégica y el conocimiento de todas las áreas para poder servir de aporte a cada uno de los individuos de la organización, causando un efecto multiplicador que generó un desempeño eficiente.

Una de las principales actividades de los planes de acción de este modelo fue el proceso de capacitación de socios y clientes en donde uno de los módulos fue la educación financiera que considero permitieron obtener no solo una mejora en el indicador respectivo, así como información trascendente se puede validar que sumado al cambio de gestiones aplicados en la Cooperativa se alcanzaron indicadores de morosidad que desde su aplicación bajaron del 22% para con corte a Enero del 2017 llegar al 10% consecuencia de un cambio de cultura de los clientes.

El enfoque en el análisis de este proyecto que permitió el desarrollo de un modelo que permite cumplir con estándares que requieren las instituciones o empresas fondeadoras de recursos nacionales e internacionales que permitirá un apalancar los costos de financiamiento actuales de la CACEC Ltda.

Por medio de la planificación estratégica correspondiente al presente proyecto se logró cambiar la misión de la institución por medio del enfoque social ya que este se centró no solo en el cliente externo sino a su vez el cliente interno.

Recomendaciones

Para mantener los resultados y alcanzar un mejor rendimiento de los indicadores de Responsabilidad Social es necesario que se realice un seguimiento de la ejecución de los planes de acción.

Se debe realizar una evaluación resultados de por lo menos dos veces al año en donde el resultado obtenido es el punto de partida para una nueva aplicación.

Se recomienda que la persecución de los objetivos de la Responsabilidad Social se mantenga dentro de la planeación estratégica de la institución puesto que permite el compromiso de la Gerencia y de toda la organización.

Se recomienda capacitación permanente de los empleados y directivos de la Cooperativa con la finalidad de mantenerlos preparados, evaluarlos y con un compromiso por seguir mejorando y aportando cada uno desde su área.

BIBLIOGRAFÍA

- Abbott, W., & Monsen, R. (1979). On the measurement of corporate social responsibility: self reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. *Academy of Management Journal*, 22(3), 501-15.
- Accountability, E. (2008). *AA1000AccountabilityPrinciplesStandard*. Londres Inglaterra: AccountAbility.
- ACI, A. (2009). *Los Principios Cooperativos para el Siglo XXI*. Costa Rica: Edit. Cooperativa Ltda. Bs As. Primera Edición.
- Adams, C. (2004). The ethical, social and environmental reporting-performance portrayal gap. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(5), 731-57.
- Alejandro, D. (1994). *Como alternativas de financiamiento a micros y pequeñas empresas*. Mexico D.F: Nacion Financiera.
- Arango, M. (2008). *El Cooperativismo en la Sociedad*. Colombia: McGraw Hill Interamericana S. A.
- Arazandi, D. (1976). *En Cooperativismo industrial como sistema, empresa y experiencia*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- Arzbach, M. (2010). *GUIA PARA LA INTRODUCCION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO COMO MODELO DE GESTION*. DGRV.
- Baltera, P. (2005). *Responsabilidad Social Empresarial Alcances y Potencialidades en materia laboral*. Chile.
- Brío, J., Fernández, E., & Junquera, B. (2005). Dificultad de imitación de las capacidades medioambientales y ventaja competitiva: un estudio empírico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 14, nº 4, pp. 59-80.
- Caraballo Payares, A. (2014). *Evaluación de la Gestión Administrativa, Financiera y Comercial de las Cooperativas Asociadas a CONFECOOP*. Bogotá: Editorial McGraw Hill Interamericana S. A, Segunda Edición,.
- Caro, V. (2015). *Responsabilidad Social en la cooperativas de Ahorro y crédito en Chile*. Santiago.

- Carrasco , T. (2009). *Metodología de investigación científica, pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Carroll, A. (1983). Corporate social responsibility: will industry respond to cut-backs in social program funding? . *Vital speeches of the day*, 604-608.
- Castilla, F., & Gallardo, D. (2014). La revelación social en sociedades cooperativas: una visión comparativa de las herramientas más utilizadas en la actualidad . *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos 114*, 7-34.
- Comisión de Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde*. Bruselas.
- Compartiendo Experiencia Universitaria. (2014). *La Responsabilidad Social*. México: CEU.
- CONAFIPS, C. (10 de Octubre de 2015). *Economía y Finanzas Populares y solidarias para el buen vivir en Ecuador (segunda edición)*. Obtenido de de: http://www.economiasolidaria.org/files/Libro_CONAFIPS.pdf
- Coraggio, J. (1991). *Contribuciones posibles al planteo de un modelo de desarrollo alternativodesde la perspectiva de la Economía Popular Urbana*. Quito.
- Cuesta , M. (2005). *La responsabilidad social corporativa o responsabilidad social de la empresa* . Bilbao: En Jornadas de economía alternativa y solidaria.
- De Castro, M. (2005). La responsabilidad social de la empresa, o un nuevo concepto de empresa. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, n° 53*, pp. 29-51.
- De la Cuesta, M. (2006). Responsabilidad Social del Sector Bancario. Su contribución a un desarrollo más sostenible. *Papeles de Economía, n° 108*, pp. 173–190.
- De la Fuente Mella, H. (2013). *Análisis de los factores determinantes de la calidad percibida del servicio prestado por una cooperativa de ahorro y crédito*. Ingeniare. Rev. chil. ing. vol.21 no.2.
- Dye, R. (1985). Disclosureofnonproprietaryinformation . *JournalofAccountingResearch,23(1)*, 123-45.
- Elkington, J., & Hailes, J. (1989). *The Green consumer guide: From shampoo to champagne: High-treet shopping for a better environment*. London: V. Gollancz.
- Fernández , P. (2001). *Uso de la estadística y la epidemiología en atención primaria* . Madrid, Jarpyo: Editores, S.A.
- Fernández, D., & Merino, A. (2005). ¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? , percepción de los consumidores. *Universia Business Review, 3° Trimestre*, pp. 38,53.

- Fernández, L. (1998). *Balance Social Cooperativo Integral*. Argentina: Instituto Provincial de Acción Cooperativa (IPAC) .
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. España: Club Universitario.
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. . España: Club Universitario.
- Fifka, M., & Drabble, M. (2012). Focus and standardization of sustainability reporting—a comparative study of the United Kingdom and Finland. *Business Strategy and the Environment*, 21(7), 455-74.
- Fuentes , F., Núñez , J., & Veroz, R. (2005). Alternativas de cumplimiento de responsabilidad social corporativa en gestión de recursos humanos. *Universia Business Review*, pp. 68-89.
- García , D. (2002). *Del balance social al balance ético Red CER. Red europea de investigación y desarrollo de la responsabilidad social de la empresa*. Europa.
- García Villalobos, J., & Iturrioz del Campo, J. (2011). *La percepción sobre la Responsabilidad Social en las sociedades Cooperativas de Trabajo Asociado y las Sociedades Laborales*. Madrid.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE , G. (2011). *Financial services sector supplement*. Amsterdam, Holanda.
- González, L. (2012). *El balance social cooperativo: Una herramienta necesaria para la gestión cooperativa*. En: *Jornadas, 2012, Propuestas del cooperativismo*. Rosario: ACI-Américas.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47-77.
- GRI, G. (2006). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. . Ámsterdam, Países Bajos: Disponible em: <https://www.globalreporting.org/resource/library/Spanish-G3.1>.
- Guédez , V. (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial*. Caracas: Venezuela: Editorial Planeta.
- Guiber, J. (2011). *Gestión Socialmente Responsable*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Hart, S. (1995). A natural resource based view of the firm . *Academy of Management Review*, pp. 874-907.

- Hernández, R., Fernández, , C., & Bautista, , L. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- ISO, N. (19 de junio de 1948). *Normas ISO*. Recuperado el 19 de Junio de 2014. Obtenido de de <http://www.iso.org>
- Iturrioz del Campo, J., & Dopacio, C. (2009). *La Responsabilidad Social en las sociedades cooperativas: una perspectiva económica financiera*. San Pablo.
- Jordao, J., & Briz, J. (2004). *Aproximación sostenible del tema del cooperativismo en Portugal*. Valencia.
- Kolk, A. (2004). A decade of sustainability reporting: developments and significance . *International Journal of Environment and Sustainable Development*, 3(1), 51-64.
- Lanchi, A., & Noboa, F. (2014). *Responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito en el sector sur del M. de Quito y su aporte a la Economía Social y Solidaria*. Quito.
- Lizcano, J., & Moneva, J. (2003). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Corporativa*. España: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- Loeps. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, Dirección Nacional de Normas*. Quito.
- Lozano, J. (2005). ¿Qué pueden hacer los gobiernos para promover la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)? . *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* n° 53, pp. 53-64.
- Melé, D. (2004). *Corporate social responsibility in Spain: An overview*. Navarra: Working paper del IESE Business School–Universidad de Navarra.
- Moreira, M. (1999). *Globalizacao e o movimento cooperativo. Tópicos para o debate*. Lisboa: INSCOOP.
- Norma Iso 26000. (19 de Junio de 2014). *Normas ISO*. Recuperado el 19 de Junio de 2014. Obtenido de de <http://www.iso.org>
- Nuñez, P. (06 de 08 de 2015). *Ciencias económicas y comerciales*. Portugal.
- Páez, J. (2014). *Balance Social de las cooperativas en el Ecuador. Modelo y primeros resultados*. Ecuador: Estudios sobre la Economía Popular y Solidaria.
- Ramos , M. (2011). *Nuevo manual teórico práctico de las Mypes. Ley N° 28015, TUO y Reglamento de la Mype D.S. N° 007-2008-TR – D.S. N° 008 2008-TR*. (pp. 68-69, 73-74. Lima – Perú: Editorial Berrio.
- Redondo, H. (2005). *Cómo integrar la Responsabilidad Social en la cultura em- presarial*.

- Revista Asturiana de Economía, n° 34*, pp. 31–41.
- Robbins, S. (2008). *Administración (Décima ed.)*. Madrid, España: Mc. Graw Hill.
- Rojas , Y. (2011). *Fuentes y formas de financiamiento empresarial*. . Obtenido de Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos82/fuentes-formas-financiamiento-empresarial/fuentes-formas-financiamiento-empresarial.shtml>
- Schwartz , M. (2010). *Corporate social responsibility an ethical approach*. Peterborough: Ontario: Broadview press.
- Semplades. (2014). *Plan Nacional del Buen vivir*. Quito.
- Serrano, R. (2008). *Economía de la empresa Agroalimentaria*. Madrid: Grupo Mundi Prensa.
- Server , R., & Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa y su gestión integrada . *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, n° 53*, pp. 137-161.
- Servós, M. (2008). Los principios cooperativos facilitadores de la innovación . *Revista de Estudios Cooperativos, 59*.
- Simnett, R. (2012). Assuranceofsustainabilityreports:RevisionofISAE3000andassociatedresearchopportunities. *SustainabilityAccounting,ManagementandPolicyJournal*, 89-98.
- Stallings, B. (2006). *Financiamiento para el Desarrollo de América Latina desde una perspectiva comparada* . Santiago de Chile.
- Vásquez, O. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa: un concepto por definir. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, n° 53*, pp. 111-124.
- Vilanova, M. (2009). *Gestión de la responsabilidad social de la empresa (RSE) en las pymes Modelo de Indicadores de RSE para Pymes*. Canadá: Instituto de Innovación Social. ESADE Business School. Universitat Ramón Llull.
- Wilks, S. (1962). *Mathematical statistics*. Ed.McGraw-Hill: New York 1962.
- Wood, D. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, 16,17,18, 69.