



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS  
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL CANTÓN LA  
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A  
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Autor**

**GLADYS LORENA VERA TOMALÁ**

**Profesora Guía**

**ING. SORAYA LINZÁN R., MSc.**

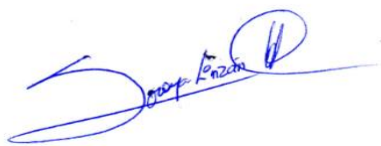
**La Libertad - Ecuador**

**Octubre de 2020**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de Profesor Guía del Ensayo titulado, “La Responsabilidad Social Corporativa en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.”, elaborado por la señorita Gladys Lorena Vera Tomalá, de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



---

PROFESOR GUÍA

**Ing. Soraya Linzán R., MSc.**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **GLADYS LORENA VERA TOMALÁ**. Con C.I. 2450093311, por medio de la presente, declaro que, las conceptualizaciones, ideas, análisis y resultados desarrollados en este tema de investigación son de absoluta propiedad y responsabilidad.

Con el tema de:

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

Reconozco y acepto el derecho de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, en base al Art.144 de la Ley Orgánica de Educación Superior a que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual.



Firma del estudiante:

Nombre: Gladys Lorena Vera Tomalá

C.I. 2450093311

Fecha: La libertad, 25 de Octubre del 2020

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi familia, en especial a mi mamá y papá, por siempre estar pendiente de mí, de mis estudios, por animarme a dar lo mejor de mí y nunca desistir, son mi ejemplo y motivación para continuar cumplimiento todas mis metas.

A cada docente que formo parte de mi formación académica, por la paciencia y amor que me brindaron en toda la carrera, pero en especial al docente Ing. Manuel Serrano, por ayudarme en todo el proceso del desarrollo del ensayo, así mismo a la Ing. Soraya Linzan, quien fue la tutora del proyecto.

A mis compañeros por ayudarme en todo momento, el apoyo brindado en los momentos más críticos de la carrera, gracias por cada sonrisa que lograron sacarme, por los buenos y malos momentos, los llevaré siempre en mis pensamientos y corazón.

Gladys Lorena Vera Tomalá

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación a Dios, por darme vida y salud. Dios ha estado presente en todos mis planes y objetivos, gracias a él y a su misericordia hoy estudio cumpliendo una meta más.

A mis padres quienes han sido mi apoyo incondicional en toda mi vida, confiando siempre en mi capacidad para afrontar cada obstáculo y salir victoriosa.

A mis abuelitos quienes han estado siempre pendiente de mí, por brindarme su apoyo moral y económicos, por darme su amor y cariño siempre, este triunfo no lo hubiese alcanzando sin su apoyo, los amo.

Gladys Lorena Vera Tomalá

**TRIBUNAL DE GRADO**



---

**Lic. José Xavier Tomalá U., MSc**  
**DIRECTOR (E) CARRERA**  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jessica Linzán Rodríguez'.

---

**Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.**  
**DOCENTE GUÍA**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Sabina Villón Perero'.

---

**Ing. Sabina Villón Perero, MSc.**  
**DOCENTE TUTOR**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Manuel Serrano Luyo'.

---

**Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.**  
**DOCENTE ESPECIALISTA**

## **INDICE**

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	10
<b>DESARROLLO</b> .....	13
<b>RESULTADOS</b> .....	33
<b>CONCLUSIONES</b> .....	35
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	37
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	38
<b>ANEXOS</b> .....	42

## **RESUMEN**

La investigación “La Responsabilidad Social Corporativa en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad, provincia Santa Elena” tiene como objetivo sugerir un modelo de responsabilidad social a las instituciones crediticias, así mismo determinar los indicadores y elementos del mismo. Se empleó una investigación exploratoria con la intención de conocer la situación actual de las CAC respecto a la RSC, el estudio dio como resultado que las CAC conocen la importancia de elaborar e implementar proyectos socialmente responsables, como acciones positivas han invertido en equipos y procesos que disminuyan el impacto ambiental y social, comunican sus actividades a sus socios estratégicos y a la comunidad mediante informes, los cuales también se difunden a través de sus páginas oficiales y medios escritos, finalmente la estructura adecuada para la práctica de la RS en estas instituciones es el modelo de ciudadanía corporativa.

Palabras clave: Responsabilidad social Corporativa, instituciones crediticias, grupos de interés.



## **ABSTRACT**

The research "Corporate Social Responsibility in the Savings and Credit Cooperatives of La Libertad County, Santa Elena Province" aims to suggest a model of social responsibility to the credit institutions, as well as to determine the indicators and elements of it. An exploratory investigation was used with the intention of knowing the current situation of the CLCs with respect to CSR, the study gave as a result that the CLCs know the importance of elaborating and implementing socially responsible projects, as positive actions they have invested in equipment and processes that diminish the environmental and social impact, they communicate their activities to their strategic partners and to the community by means of reports, which are also disseminated through their official pages and written media, finally the adequate structure for the practice of SR in these institutions is the model of corporate citizenship.

Corporate social responsibility, credit institutions, interest groups.

## INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se define como la contribución voluntaria por parte de la organización hacia el mejoramiento y progreso social, económico y ambiental, el objetivo principal es satisfacer las necesidades presentes, sin comprometer las futuras. Además, busca mejorar la competitividad de la empresa en el mercado generando un valor agregado en sus actividades.

El compromiso de la empresa permite a la organización obtener beneficios como la rentabilidad y ventaja competitiva, ya que a la hora de adquirir un producto o servicio a los clientes no les importara el valor económico del mismo, sino más bien si este contribuye de alguna manera al ambiente o la sociedad en general. En esta afirmación se puede apreciar un problema común en las organizaciones, como lo es la inexistencia de programas de responsabilidad social, esto ocurre porque las organizaciones no desarrollan una política de implementación de la RSC, ya sea por el deficiente direccionamiento de los principios Corporativos o el desinterés de la organización.

En los Estados Europeos la RSC es una herramienta de suma importancia e indispensable si se desea garantizar el éxito y la competitividad en el mercado. Es por ello que se implementó el Sistema de gestión y auditoría medioambientales (EMAS), el objetivo es facilitar la relación de la empresa con los grupos de interés, desarrollar la comunicación efectiva entre los clientes y empleados, indicando a la comunidad el nivel de responsabilidad social de sus actividades empresariales. La ventaja de contar con este sistema es que reduce los costos relacionados con los recursos y gestión de

residuos, así mismo, busca mejorar el desempeño ambiental, la credibilidad, transparencia y reputación entre sus clientes con la finalidad de lograr una ventaja competitiva.

La situación en Ecuador en los últimos años ha cambiado mucho, ya que se exige la sostenibilidad y la responsabilidad en las empresas. Existen organizaciones sin fines de lucro que buscan apoyar, incentivar y concientizar a empresas ya sea públicas o privadas, que sus actividades corporativas estén basadas en la RSC. Un ejemplo es el Consejo Metropolitano de responsabilidad social, está conformado por actores de la economía popular y solidaria y agentes del sector público, productivo. Mediante diálogos buscan crear una cultura de RSC, proponiendo acciones y medidas con el fin de generar un mercado competitivo sostenible y sustentable.

En el Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena existen varias cooperativas de ahorro y crédito que tienen como objetivo principal satisfacer las necesidades económicas, sociales de los socios y la comunidad en general. Lo que se busca con esta investigación, es responder las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el compromiso de las cooperativas crediticias hacia la Responsabilidad Social? ¿Cómo se difunden las actividades de Responsabilidad Social?

El incumplimiento de la RSC que existen en las cooperativas de ahorro y crédito del Cantón La Libertad se va evidenciando cada vez más, ya que en la actualidad se desconoce la existencia de programas en defensa del ambiente o calidad de vida de los trabajadores y de la sociedad en general. Esto se puede originar por la inadecuada practica y difusión de las actividades responsabilidad social. Ver anexo 1

Por lo consiguiente el objetivo principal de esta investigación es sugerir un modelo de Responsabilidad Social para las cooperativas de ahorro y crédito, a través de un estudio se logrará determinar los ámbitos y factores influyentes para dicho modelo. Ver anexo 2. Para incursionar en este campo las empresas necesitan un adecuado manejo de los recursos financieros, ya que de esta manera se logrará obtener el sustento para su ejecución. Las instituciones financieras deben ofrecer la confianza y seguridad a sus clientes en el manejo de sus recursos, cumpliendo cada una de las regulaciones dispuestas en la Ley de compañías, con el fin de brindar un servicio de excelencia.

## DESARROLLO

Para el desarrollo de esta investigación se tomó como referencias antecedentes de estudios de variables similares, ya sean estos formados en contenido nacional e internacional, con la finalidad de fundamentar con bases teóricas y bibliográficas este estudio.

El artículo de investigación “La gestión de responsabilidad social de las cooperativas de ahorro y crédito de la provincia del Azuay y su retorno financiero” tiene como objetivo diseñar una herramienta de gestión para el análisis del retorno financiero a partir de la implementación de estrategias de Responsabilidad Social. La investigación dio como resultado que las Cooperativas aplican programas de RS basados en un modelo de balance social, pero el 43% de sus socios no conocen de aquellas actividades, el 62% no son participes, la mayoría de los accionistas no tiene conocimientos sobre los valores corporativos de estas instituciones. Finalmente se determina que solo 30% de los programas de RS generan un retorno financiero positivo, no obstante, beneficia a la empresa al posicionamiento de la misma (González Bustos, Narváez Zurita, & Erazo Álvarez, 2020).

Por otro lado, el estudio “Responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador: una medición desde la web”, tiene por objetivo determinar el nivel de responsabilidad social de las cooperativas de ahorro y crédito. El estudio dio como resultado que las instituciones crediticias divulgan más información acerca de asuntos económicos, mas no sociales y ambientales, justificando su accionar con la

implementación de créditos y captación de recursos, los cuales contribuyen al crecimiento económico del sector. La falta de divulgación de actividades en sus páginas web impide realizar una evaluación de diferenciación en el sector( Piedra Méndez, Hinojosa Cru, Guevara Segarra, & Erazo Garzón, 2019).

Tesis “La Responsabilidad Social y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa de la ciudad de Ambato” El objetivo de esta investigación es determinar la incidencia que tiene la responsabilidad social en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Según lo desarrollado por (Pacha, 2015)., la cooperativa cumple en las fechas correspondiente con el pago de los valores de los impuestos y obligaciones determinados por el estado, no obstante, la institución no ha realizado ningún proyecto a favor de la comunidad, ni en zonas geográficas donde se encuentran los socios, tampoco ha participado en actividades que promuevan el cuidado el ambiente

En otro trabajo de investigación denomina “La Responsabilidad Social Empresarial de las cooperativas crediticias del sur de Quito y su aporte a la economía popular y solidaria” se enfocó en determinar los aportes de las Cooperativas en la sociedad y medio ambiente. Según los resultados obtenidos por (Lanchis Cardenas & Noboa Cevallos, 2014), se determinó que el cooperativismo junto con sus contenidos que los distinguen, deben ser considerados como un elemento indispensable en el desarrollo y operación de una organización, puesto que es una manera diferente de hacer economía, ya que ayuda a la comunidad en aspectos sociales y culturales. El

compromiso a la comunidad y los principios sostenibles y sustentables son una herramienta fundamental para el desarrollo de la empresa.

La investigación “La responsabilidad social de las cooperativas de crédito: propuesta de un modelo de medición” busca conocer a cerca de la responsabilidad social a las cooperativas de crédito. La realización de este estudio deja en manifiesto que la cooperativa de crédito no concientiza las oportunidades de mejorar su posicionamiento mediante la aplicación de la RS, en cuanto a su contribución social actual, se enfocan sus actividades en la educación y acción social, mediante aportaciones a fundaciones. Por lo expuesto, se deberían llevar a cabo programas de formación específica en RSC, así como diseñar modelos de gestión de la Responsabilidad Social, todos ellos adaptados a las características del sector (Olit, 2007).

“La responsabilidad social en el cooperativismo de crédito. El fondo de educación y promoción como indicador de evaluación. Caso empírico para el caso español”, tiene como finalidad evidenciar las funciones del EFP de la RSC en el cooperativismo de crédito. El análisis desarrollado muestra que el 34% de las cooperativas estudiadas emplean el mínimo porcentaje determinado por la Ley, en el aporte del FEP, mientras que el 66% restantes desarrollan un porcentaje adecuado, lo que indica el grado de importancia que las instituciones aplican sobre los elementos e indicadores de RSC. Las principales actividades que realiza el FEP son las difusión y promoción de conferencias, seminarios y jornadas de aprendizaje, por lo que se ratifica

el cooperativismo de crédito es implementado como un elemento voluntario socialmente responsable (Server Izquierdo & Villalonga Grañana, 2007).

Según (Fontecha, 2018) en su investigación ‘La Responsabilidad Social Corporativa en las Cooperativas Agroalimentarias de Castilla y León’ pretende exponer la situación de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa en las Cooperativas Agroalimentarias. Según María Isabel Martín Fontecha, en las cooperativas se realizan de manera activa actividades que benefician tanto a la empresa como a los consumidores y el ambiente, operan bajo los valores de respeto a los derechos humanos, mediante la aplicación de políticas de igualdad, desarrollo social y medio ambiente, no obstante, estas instituciones no conocen sobre la Responsabilidad Social, por lo que no cuentan con políticas definidas de las mismas.

En unos de los trabajos publicados como antecedentes de esta investigación, ‘‘La Responsabilidad Social Corporativa desde una perspectiva económico financiera en las asociaciones crediticias’’, desarrollado por (Campo, 2009) cuyo objetivo fue analizar en qué medida las peculiaridades de las sociedades cooperativas las acercan a una actuación socialmente responsable, dio como resultados que las cooperativas cumplen desarrollan la responsabilidad social mediante la aplicación de una remuneración justa en la relación con los socios. Además, la toma de decisiones en estas instituciones se realiza bajo una política democrática. Con respecto a los principios de ambiente y sociedad, las cooperativas centran sus actividades en aportaciones al Fondo de Educación y Promoción, en este aspecto el ambiente tiene un menor interés para estas organizaciones.



La RSC es el compromiso de identificar los problemas de interés público como: medio ambiente, pobreza, desigualdad de ingresos, atención de salud, hambre, desnutrición y analfabetismo y, que compete a todo tipo de organizaciones (empresa, estado, universidad), para emprender acciones que generen impactos positivos en la sociedad, con el aporte de soluciones basadas en la transparencia, pluralidad, sustentabilidad y ética, siendo la meta el desarrollo sustentable del ser humano y su entorno (Moya, 2016).

La Responsabilidad Social Corporativa, al igual que la responsabilidad social Empresarial es un término que hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, tanto nacionales como internacionales, que se derivan de los impactos que la actividad que las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. Hoy en día las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de incorporar las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de derechos humanos, como parte de su estrategia de negocio (León, 2019).

RSC, se puede definir como el compromiso que adquiere una empresa ante sus grupos de interés y la sociedad en general. Se trata de la unificación facultativa por parte de las empresas ante el impacto de sus actividades en ámbito social y ambiental. Todas las empresas deben cumplir con el código de ética de los negocios, respecto a la aplicación de la justicia y la equidad, para enfrentar situaciones que presentan conflictos éticos entre los empleados, clientes, proveedores o la sociedad en general (Modesto Barron, Zatas Campas , & Gonzalez Velasquez , 2016).

RSC, puede definirse como la contribución voluntaria de las organizaciones hacia el mejoramiento interno y externo, es decir, del factor social, económico y ambiental, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y valor agregado. Es el compromiso de las empresas a la contribución del desarrollo sostenible y sustentable de todos los que forman parte de la organización, tanto interna como externamente, trabajadores, familias y sociedad en general (Shum, 2006).

RSC es un instrumento corporativo que implica un compromiso de las empresas a través de la aplicación sistemática de recursos para respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del ambiente ( AcevedoSánchez, Castillo Trejo, & Ortega Montiel, 2019).

RSC es el compromiso audible de la empresa con los valores éticos que dan un sentido humano a su empeño por el desarrollo sostenible buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental (Rios, Guevara, Alvarez, & Castro, 2019).

RSC es un factor determinante en la calidad de vida y el bienestar de las personas. La carencia de tales prácticas genera situaciones laborales desfavorables, en muchas ocasiones con altos niveles de estrés e insatisfacción por parte de muchos trabajadores. Además, dada la rapidez de la transmisión de información que existe en la actualidad, caer en prácticas poco éticas podría destruir todo lo que una empresa pueda haber construido en décadas e impactar significativamente a diversas industrias (Nowajewski Vega, Pérez Neumann, & Schlesinger, 2015).

La responsabilidad social de la empresa (RSE), también denominada responsabilidad social corporativo (RSC), es un término que hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, tanto nacionales como internacionales, que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones produce en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. De igual forma que hace medio siglo las empresas desarrollaban su actividad sin tener en cuenta el marketing o que hace tres décadas la calidad no formaba parte de las orientaciones principales de la actuación corporativa, hoy en día las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de incorporar las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de derechos humanos, como parte de su estrategia de negocio (Flores, 2009).

La ética corporativa es una variable importante en el estudio de la responsabilidad social en las empresas, puesto que es el conjunto de valores, normas y principios que rigen el actuar de una empresa, esta se ve reflejada en la cultura organizacional, regula las relaciones de la empresa, tanto internas como externas, es decir, ayuda a desarrollar una mejor relación con los grupos de interés, como lo son los clientes, accionistas, proveedores, empleados y sociedad (Cortés, 2017).

La finalidad de toda empresa es obtener rentabilidad y satisfacer las necesidades del consumidor, es por ello que se origina la ética corporativa como un amparo que defiende los intereses de los consumidores, puesto que ellos son la razón de ser de la organización y por lo tanto deben ser considerados parte importante de la entidad. Así mismo, atienden los intereses de los trabajadores, con el fin de reducir el índice de

explotación al trabajador, pues también son parte esencial y deben ser considerados como un participante válido.

Por otro lado, los grupos de interés o Stakeholders son aquellos conjuntos en donde los que lo conforman se ven afectados por las actividades o decisiones que realiza la empresa, por esta razón también pueden afectar directa o indirectamente la operación de estas. Esta definición no solo abarca a los grupos que están dentro de la organización, sino también a los externos a ella, los cuales operan con diferentes niveles de implicación (Alcaraz, 2012).

Los grupos de intereses en la responsabilidad social juegan un papel importante, puesto que es necesario que las actividades se realicen mediante un acuerdo o compromiso en donde no se perjudique a estos, es decir la RS debe operar en sintonía con la sociedad, desde los colaboradores hasta el consumidor final. Se pueden dividir en dos grupos de interés internos y externos. Los externos pertenecen a la estructura interna de las organizaciones, entre ellos encontramos a los accionistas y trabajadores, mientras que los internos son los clientes, proveedores, competencia y sociedad, los cuales no se encuentran dentro de la estructura organizacional (Delgadillo, 2017).

Se define a la sociedad como el total de individuos que tienen relación los unos con los otros, es decir que comparten rasgos culturales o simplemente establecen metas y perspectivas comunes. La sociología y antropología es la disciplina que estudia las sociedades y su comportamiento, la socialización es parte fundamental o naturaleza del hombre, es por ello que el hombre busca relacionarse con otros por medio de alianzas, existen dos tipos de sociedades; civil y mercantil. (Moreira, 2013). Por otra parte, se

define a la comunidad como el conjunto de individuos que poseen en común varios elementos, como el idioma, valores, tareas y el territorio en donde habitan, estos grupos suelen agruparse de manera voluntaria por tener algún objetivo en común. Entre los elementos se encuentra la pertenencia, influencia, integración y compromiso (Cathcart, 2009).

Los clientes son parte importante de una organización, puede ser una persona o empresa que adquiere de forma voluntaria un producto o servicio, esta compra puede ser para él o para otro individuo; por lo tanto, esta es la razón principal por la que se fabrican y comercializan los productos o servicios. Los clientes internos de una organización, son los miembros de la empresa, es decir, aquellos que están directamente relacionados al trabajo o actividad que realiza, el objetivo principal de estos es contribuir al alcance de los objetivos establecidos por la empresa, mientras que los clientes externos son los que reciben el producto o servicio que brinda la empresa, o que se relaciona de manera profesional con ella (Guadarrama Tavira & Rosales Estrada, 2015)

Dentro de los grupos de interés se encuentran los proveedores, aquella persona o empresa que proporciona a otras organizaciones con existencias que necesita para el desarrollo de sus actividades comerciales, a estas existencias se las denomina materia prima, y puede ser un bien o servicio. La elección de los proveedores es una decisión muy importante para la empresa, puesto que es un aspecto fundamental para su futuro, ya que de esto dependerá la calidad del producto y el desarrollo de la misma (Sarache Castro, Castrillón Gómez, & Ortiz Franco, 2009).

Según la (Naciones Unidas (ONU), 2012) “ El medio ambiente es un sistema formado por elementos naturales y artificiales que están interrelacionados y que son modificados por la acción humana. Se trata del entorno que condiciona la forma de vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado”. Se define al medio ambiente como el conjunto de valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar, estos aspectos influyen directamente en el ser humana, en su forma de vida actual y futura. Es importante recalcar que no solo se trata del espacio en donde se desarrolla la vida, sino también involucra los seres vivos, agua aire, suelo y entre otros factores que se encuentran en el entorno.

RSC dio sus primeros inicios con la conocida Ley Antimonopolio Sherman en el siglo XIX en el año de 1890. Esta ley manifestaba la importancia de regular y controlar el entorno corporativo, con la finalidad de proteger los intereses organizacionales y de la comunidad.

Esta ley explica que “todo contrato o combinación en la forma de trust o colusión, en restricción del intercambio o libre comercio entre los diversos estados o con naciones extranjeras, es declarado ilegal” (Sherman, 1890).

Para la comprensión de la evolución histórica es necesario mencionar que en este aspecto difieren tres fases:

Fase 1: inicia finales del siglo XIX y principios del XX, en este periodo las empresas de manera voluntaria desarrollan actividades humanitarias, el bienestar de la comunidad y de la empresa con el objetivo principal de la RSC.

Fase 2: aparece a mitad del siglo XX, en este periodo la RSC juega un papel más crítico, las empresas realizan un control más riguroso en lo que respecta al proceso que conlleva la seguridad medio ambiental y organizacional.

Fase 3: en este periodo intervine el estado y la organización, se implementan políticas para regular el accionar de las empresas mediante el compromiso, lo cual permite la vinculación entre los grupos de intereses y la entidad.

Además, que se evidencia un cambio en la sociedad, ante las empresas y su fin exclusivamente económico, otro elemento que influye es la relación entre sociedad y empresa, que señala una excesiva concentración de poder en pocas empresas, que poco ayuda a la sana diversidad (Correa, 2007).

Otros estudios realizados han definido que la globalización, y sus normas regulatorias son parte de la evolución de la RSC. A partir de esta evolución, la Responsabilidad Social de las Empresas llegó a los países del hemisferio norte y por lo consiguiente al estado ecuatoriano. Este modelo comenzó a incorporarse en las organizaciones multinacionales, principalmente en las empresas exportadoras, las mismas aplicaban estrategias y políticas en beneficio de la comunidad, medio ambiente y la misma entidad. El concepto de RSC se había enfocado en la filantropía, la caridad,

las donaciones y la asistencia social (Villacís Laínez, Suarez Núñez, & Güillín Llanos, 2016).

En Ecuador, la RSC no es de común aplicación en las compañías, son pocas las empresas que se han adherido a los principios del RS, siendo estas en su mayoría las grandes empresas establecidas en el país, pero se enfocan más en el factor ambiental y comunitario (Salazar, 2017).

La importancia de la gestión de responsabilidad social radica en la construcción de un sistema para el desarrollo sostenible y sustentable, se trata de una técnica que beneficia a los grupos de interés de la organización como lo son los colaboradores, proveedores, clientes, sociedad civil, entre otros. La implementación de la RSC aporta a la organización más ventajas que desventajas, puesto que, desarrolla planes a largo plazo con la finalidad de prevenir riesgos, así mismo fortalece la relación con los proveedores y clientes, ya que promueve actividades voluntarias las cuales se originan por las exigencias de la comunidad.

La implementación de un programa de responsabilidad social corporativa no solo ayuda a aumentar la productividad de la organización, sino también contribuye al desarrollo de los colaboradores en el ámbito profesional y personal, ya que puede ser tomada como motivación, la cual lleva a los trabajadores a cambiar la percepción que tienen de la empresa y de esta manera se lograra la integración y mejorara la comunicación dentro de la empresa.



La responsabilidad Social Corporativa desde una perspectiva teórica favorece a la empresa mediante el sentido de pertenencia y confianza que los trabajadores tienen hacia la organización, esto permite que los colaboradores estén totalmente interesados en el cumplimiento de los objetivos de la organización, lo que origina en primera instancia que se puedan mantener los clientes habituales y así mismo el acceso a nuevos mercados. Mientras que el aporte práctico favorece la seguridad laboral, reduce costo ahorrando cantidades significativas de dinero, ya que se recicla y se reutilizan recursos, esto consigo optimiza recursos, lo cual permite a la organización aumentar la productividad y lograr las metas establecidas.

La RSC es también una actividad estratégica para que la empresa se mantenga competitiva en el mercado, por ello, es esencial que una empresa sea socialmente responsable, buscando un equilibrio entre el planeta y la sociedad. Entre los elementos que integran la Responsabilidad Social se encuentra la voluntariedad, identidad y sostenibilidad. Los desarrollos de las actividades de RS deben estar basados en los criterios éticos de la organización, puesto que se evidenciará el comportamiento de la empresa mediante su interacción con el entorno, en este se refleja el compromiso de los que forman parte de los procesos que realiza la empresa, tanto los valores y relaciones que conlleva la cadena de valor de la organización.

La cadena de valor, es una herramienta importante para evaluar las ventajas competitivas de una empresa, ya que es un mecanismo que sirve de apoyo para el desarrollo de las acciones de la RSC, la cual permite a las organizaciones identificar el impacto económico, social y medioambiental de los procesos desarrollados; la

evaluación de los factores internos y externos, así como también la ejecución de tácticas y plan de acción que admitan mejorar aquellos indicadores con el fin de alcanzar el desarrollo sostenible esperado por la empresa.

En el mundo de los negocios se ha eliminado la orientación habitual de la organización fundada en los socios por la dirección de los grupos de interés o también denominados stakeholders, los cuales operan bajo el pensamiento que las empresas no rinden cuentas únicas solo a los accionistas de la empresa, sino que también deben informar a la comunidad interna y externa de la organización, es decir velar por la tranquilidad de los empleados, clientes, proveedores y accionistas.

La gestión de la RSC está fundamentada en principios propios, es un tema extenso y muy discutido, puesto que se puede estudiar desde diversos puntos de vista. A continuación, se describen los más relevantes:

1. La transparencia, se fundamenta en la practicas interna que realiza la organización, siguiendo los lineamientos de la RS y a su vez las pautas y principios propios de la empresa, se centran específicamente en las políticas y valores determinados en la misma, la transparencia se refleja en la publicación de estos lineamientos, los cuales deben ser dirigidos a los grupos de interés tanto internos como externos.

2. Las normas son esenciales para las organizaciones que desean reflejar cierto status por su imagen en la contribución a la sociedad en general y medio, este principio es fundamental, puesto que sirve como una evaluación en las tareas que

realiza a favor de la responsabilidad social, esta acreditación la realizan entidades gubernamentales o no gubernamentales externas a la empresa.

**3.** La autoevaluación es importante que una empresa con responsabilidad social implemente indicadores, los cuales le permita autoevaluarse, esta acción es necesaria para la obtención de indicios y así mismo para detectar áreas de oportunidad y medidas correctivas. Este factor es de vital importancia, ya que la empresa podrá conocer los lineamientos a tomar en cuenta, mejorar aspectos de ser necesario para lograr ser acreditada por entes gubernamentales externos a ellos.

**4.** La gestión social responsable debe estar incorporada en los códigos, estándares y modelos de la RSC, este documento servirá como guía para alcanzar los objetivos propuestos por la empresa, debe estar presente en los informes de sostenibilidad que se presentan a la comunidad y además deben estar en todas áreas de la cadena de valor y recursos utilizadas por la organización.

**5.** El consumo socialmente responsable de productos y servicios o también denominados grupos de interés, demanda del proceso de elaboración, por ello es importante que las empresas comuniquen sobre aquello, en muchos casos se lo realiza por medio de las etiquetas en donde especifican que estos son elaborados bajo estándares de responsabilidad social.

La organización internacional Global Reporting Initiative (GRI) trabaja para establecer y estandarizar criterios de sostenibilidad, elaborando informes y publicando

conclusiones de los mismos, estos factores dan parte a los indicadores de responsabilidad social, estos indicadores son compatibles con otros estándares como por ejemplo la norma ISO 26000 de responsabilidad social.

El Indicador de rendimiento económico está orientado a controlar y monitorear el desempeño de las empresas en las áreas de ventas, costos, pagos, trabajadores, clientes y proveedores, mientras que el Indicadores de rendimiento ambiental tiene como finalidad monitorear aspectos como el consumo de materia prima, recursos, biodiversidad y emisiones de residuos, finalmente el Indicadores de rendimiento social valúa las relaciones laborales en los empleados de la empresa y la sociedad, controla y evalúa el proceso de producción, con el fin de obtener una alta calidad del producto elaborado.

#### Modelo de ciudadanía Corporativa

Se define a la Ciudadanía de Responsabilidad Social como la contribución que realiza una organización a la sociedad, mediante la aplicación de actividades, a través de su inversión social, programas filantrópicos y la aplicación en políticas públicas (World Economic Forum, 2011).

Esta percepción establece que las empresas deben participar en la seguridad de los trabajadores y productos, mejorar los estándares laborales y calidad, derechos humanos e igualdad de oportunidades, de tal forma incluye el ambiente laboral y global, mejora en la productividad, procesos de producción más higiénicos y aplicación

de tecnología medioambiental, finalmente busca contribuir al desarrollo corporativo, comunitario, educación y salud.

Entre los principios de la Ciudadanía de Responsabilidad Social se encuentra la reducción de daños, maximización de beneficios y rendición de cuentas. Mitigar el impacto de las actividades y decisiones de las organizaciones, con respecto a sus grupos de interés, es el objetivo principal de este modelo, mediante la contribución social y económica, busca beneficiar el bien común, así mismo, a través de inversión en recursos en el desarrollo de programas de salud que benefician a los colaboradores y la comunidad.

En la etapa elemental de la ciudadanía corporativa o también denominado escenario primario se centra en la responsabilidad social defensiva, en esta etapa la atención se centra en el cumplimiento de la ley y la protección de la reputación de la empresa, por lo que la empresa toma medidas defensivas para resistir la presión externa; las actividades ciudadanas son esporádicas y sus procedimientos aún no están completos. El desafío para la empresa es ganar credibilidad en el mercado.

La empresa comienza a darse cuenta de la responsabilidad moral en la etapa de compromiso, pero las actividades de responsabilidad social corporativa están restringidas por la infraestructura y la cultura organizacional. Surgen nuevos conceptos de filantropía y protección ambiental, las organizaciones buscan obtener certificación, tecnología eco ambiental, asegurar la transparencia del proceso de elaboración del informe financiero, convertirse en un empleador más amigable, mantener la

comunicación con la comunidad, y finalmente buscar ser socialmente responsable. El desafío es desarrollar la capacidad para lograr los objetivos anteriores.

Mientras que, en la etapa de innovación, la empresa toma dos acciones, amplía su agenda incorporando más temas de responsabilidad social corporativa y profundiza su compromiso como. En el desarrollo en esta etapa aparecen dos formas de operar una empresa, mediante la ampliación del programa para cubrir el concepto de ciudadanía y profundizar su participación como líder supremo. El desafío es construir coherencia, asignar responsabilidades y coordinar funciones para trabajar de forma conjunta.

La etapa de integración incluye coordinar y cooperar para abordar los problemas de responsabilidad social Corporativa, se trata de Incluirlos y gestionarlos como parte de la estrategia de la empresa. En términos operativos puede usarse para establecer metas e indicadores de desempeño, para monitorearlos e informar al comité de control de gestión.

Finalmente, las organizaciones en el período de transformaciones son idóneas para mantener relaciones con múltiples empresas externos a ellos, en términos de estructura y cultura. En esta etapa la empresa innova más, se toman en serio los valores declarados como propios, aplican sus propios valores en las estrategias, planes y políticas, y pocas empresas operan por sí mismos, por lo general tienen muchos socios.

## **METODOLOGÍA**

Para la ejecución de este estudio, se utilizó la investigación exploratoria, puesto que es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto. Se empleó esta investigación con la intención de conocer la situación actual de las cooperativas de ahorro y crédito del cantón La Libertad respecto a la RSC, la recopilación de información permitió tener una idea clara de la contribución de cada una hacia sus grupos de interés y comunidad en general (Arias, 2016).

Según datos del SRI en el cantón La Libertad existen 7 Cooperativas de ahorro y crédito entre ellas se encuentran las siguientes: Cooperativa De Ahorro Y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista Ltda., Cooperativa De Ahorro Y Crédito Jardín Azuayo Ltda., Cooperativa De Ahorro Y Crédito Fernando Daquilema, Cooperativa De Ahorro Y Crédito Nueva Huancavilca, Cooperativa De Ahorro Y Crédito 29 De Octubre Ltda., Cooperativa De Ahorro Y Crédito Policía Nacional Ltda. y Cooperativa De Ahorro Y Crédito Cooprogreso Ltda.

La población investigada en este estudio fueron los directivos y trabajadores de cada Cooperativa de Ahorro y Crédito, puesto que se realizó un estudio interno. El total de colaboradores entre las 7 instituciones es de 104.

Por motivos del covid-19, pandemia que ha provocado un estado de emergencia en el país, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, por lo que la muestra a estudiar fue de 21. A cada directivo y dos empleados de las cooperativas se

les aplicó el respectivo instrumento. Se reduce la muestra, a causa de la normativa del distanciamiento social, medida tomada con la finalidad de salvaguardar la seguridad de todos. Ver anexo 6

Para la realización de la presente investigación, con el fin de obtener la información necesaria se aplicaron las siguientes técnicas e instrumentos.

La encuesta siendo una técnica de recolección de datos, constituyó una forma concreta, particular y práctica de un procedimiento de investigación, permitió estructurar y cuantificar los datos encontrados y generalizar los resultados a toda la población estudiada. Por ello se realizó una encuesta a cada gerente o responsable de la cooperativa, con la finalidad de recolecta la información necesaria para el desarrollo de esta investigación, la variable en estudio es la responsabilidad social corporativa. Por motivo de la pandemia del covid-19 y la medida de distanciamiento social implementada en el país, esta técnica se aplicará mediante vía telefónica, correo electrónico, WhatsApp; medios que nos ayudarán a salvaguardar nuestra salud( Kuznik, 2010). Ver anexo 4

La entrevista fue una técnica de gran utilidad en la investigación para recabar datos, este instrumento adoptó la forma de un dialogo coloquial, es decir una comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, con el fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problemas propuesto La entrevista se realizó por medio de una llamada telefónica con cada uno de los directivos de las cooperativas crediticias ( Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, 2013). Ver anexo 5



## **RESULTADOS**

Los colaboradores de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad conocen la importancia de la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa, según lo expuesto por los jefes de agencia, estas instituciones han desarrollado sus objetivos y planes estratégicos, orientados hacia el desarrollo sostenible y sustentables, tanto de sus trabajadores como de la comunidad en general, es decir que sus actividades son socialmente responsables. Los colaboradores tienen un alto conocimiento de lo que es la Responsabilidad Social Corporativa, puesto que las instituciones crediticias realizan conversatorios con sus empleados sobre temas de responsabilidad social, donde participan en su mayoría los trabajadores de las distintas áreas de las Cooperativas de Ahorro y Crédito. Ver anexo 6

Los grupos de interés, es decir, los clientes, socios, proveedores y empleados participan en los valores de las Cooperativas, las instituciones crediticias como parte de actividades responsables, incentivan a los empleados por el correcto desempeño laboral, así mismo, satisfacen a sus clientes mediante la implementación de herramientas que permitan una comunicación efectiva entre clientes y asesores, con la finalidad de despegar cualquier duda que se presenten. El 86% de los colaboradores reciben capacitaciones continuas hacia el desarrollo de los mismos, mientras que el 14% manifiesta que las capacitaciones son dirigidas para determinadas áreas. El cooperativismo crediticio realiza continuamente capacitaciones a sus empleados, frecuentemente las empresas efectúan charlas en temas de innovación tecnológica, atención al cliente, motivación y desarrollo sostenible.

Las cooperativas de Ahorro y Crédito involucran a sus empleados en las actividades que realizan en beneficios de ellos y de la comunidad, mediante este accionar fomentan el espíritu cooperativo al cumplimiento del balance social que establecen las instituciones a favor del medio ambiente y bienestar social. Así mismo indican que es de vital importancia motivar a sus empleados, con la finalidad de ser lo más productivo posible, estas empresas promueven el aumento de la productividad mediante el incentivo a empleados, a través de capacitaciones, innovaciones de equipos y bonos.

Entre las actividades que realiza las instituciones crediticias para beneficio de la comunidad se encuentran los patrocinios, donaciones, voluntariado y financiación de proyectos, para el desarrollo de estas acciones las cooperativas realizan alianzas estratégicas con organismos externos ellos, como por ejemplo los Gobiernos Autónomos Descentralizados. Varias de las cooperativas estudiadas han realizado donaciones en proyectos deportivos y gastronómicos que se han desarrollado en la provincia, así mismo han participado en la financiación de proyectos de economía circular, en donde se busca reactivar la economía de la localidad.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito realizan informes sobre los proyectos sostenibles y sustentables desarrollados, lo cuales son presentados a sus socios estratégicos y a la comunidad mediante la difusión en páginas web y redes sociales oficiales, de tal forma desmienten algún tema polémico en donde esté involucrada la organización.

## CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Corporativa es un gran aporte para las instituciones crediticias, ya que la incorporación de estas buenas practicas mejora la cultura empresarial y esta a su vez beneficia a la comunidad externa e interna de la misma. Actualmente la RSC está vinculada en los procesos y operaciones de las empresas, buscando un equilibrio en factores económico, social y ambiental. La implementación de un adecuado modelo de gestión contribuye al desarrollo profesional y personal de los colaboradores de las distintas Cooperativas de Ahorro y Crédito, muchas de estas instituciones han alcanzado un gran nivel competitivo y sostenibilidad gracias a sus acciones positivas que se ven relegados en sus proyectos donde involucran a la comunidad en general.

Las 7 Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad conocen la importancia de elaborar e implementar proyectos socialmente responsables con la comunidad y el medio ambiente, por ello los directivos desarrollan actividades destinadas a patrocinios, donaciones y financiación, varias de las instituciones estudiadas han aportado con financiamiento a proyectos de productos de economía circular y emprendimientos, así mismo, participan en programas que realizan los Gobiernos Autónomos Descentralizados u otra organización externos a ellos.

Varias de las instituciones crediticias como acciones positivas han invertido en equipos que reduzcan el impacto ambiental, un claro ejemplo es la ausencia de papeletas de depósito. Las cooperativas comunican sobre actividades de

responsabilidad social a sus socios estratégicos y a la comunidad mediante informes, los cuales también se difunden a través de sus páginas oficiales y medios escritos.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda a las Cooperativas de Ahorro y Crédito continuar con la importancia que le facilitan a la responsabilidad social, puesto que la aplicación de estos principios en las operaciones de la empresa logrará un mejoramiento en la utilización de los recursos, y esto traerá consigo una ventaja competitiva.

Las instituciones crediticias deben incluir en su plan estratégico indicadores de la responsabilidad social, direccionados al desarrollo del personal, medio ambiente y a la satisfacción del cliente interno y externo de los mismo.

Promover la comunicación entre las cooperativas y los grupos de interés, estableciendo una relación de calidad, en donde se tomen en cuenta las opiniones y sugerencias de estos, con la finalidad de crear confianza y de esta manera todos cooperar para el cumplimiento de los objetivos establecidos por la institución, por ello es necesario mantener un equipo motivado e informado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Sánchez, I., Castillo Trejo, A., & Ortega Montiel, M. (2019). *Modelo de Responsabilidad Social Empresarial en la PYME, caso Tula-Tepeji*, México. Tepeji: Universidad Tecnológica de Tula-Tepeji.
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Mexico DF: Elsevier.
- Kuznik, A. (2010). *El uso de la encuesta de tipo social. Traductología. Características metodológicas*. Valencia: MonTI. Monografías de Traducción e interpretación.
- Piedra Méndez, A. F., Hinojosa Cru, A. V., Guevara Segarra, M. F., & Erazo Garzón, J. F. (2019). Responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador: una medición desde la web. *Telo S*, 21(3), 25. doi:<https://doi.org/10.36390/telos213.07>
- Alcaraz, A. S. (2012). *Los grupos de interés en las entidades de crédito Españolas* (Vol. 18). Vigo, España: Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa.
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación* (Vol. 7). Caracas, Venezuela : El pasillo 2011.
- Campo, J. I. (2009). La Responsabilidad Social en las sociedades cooperativas: una perspectiva económico financiero. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 19, 17.
- Cathcart, M. C. (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico. *Ciencia en su PC*(3), 12-21. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181321553002.pdf>
- Correa, J. G. (2007). *Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social*. Medellín: Semestre Económico - Universidad de Medellín.

- Cortés, J. E. (2017). *La etica empresarial y su impacto en la productividad en las pymes*. Bogota, Colombia : Universidad Militar Nueva Granada.
- Delgadillo, D. S. (2017). *Hacia una definición del concepto de grupos de interés*. San Luis, México: Perfiles Latinoamericanos.
- Flores, A. A. (2009). *La Responsabilidad Social en las empresas*. Lima: Revista de la Facultad de Ciencias Contables Vol. 16 N° 32. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/319657736\\_La\\_Responsabilidad\\_Social\\_De\\_Las\\_Empresas](https://www.researchgate.net/publication/319657736_La_Responsabilidad_Social_De_Las_Empresas)
- Fontecha, M. I. (2018). La responsabilidad social corporativa en las cooperativas agroalimentarias de Castilla y León. *Universidad Complutense DE Madrid*, 350-355.
- González Bustos, J. P., Narváez Zurita, C. I., & Erazo Álvarez, J. C. (Marzo de 2020). La gestión de responsabilidad social de las cooperativas de ahorro y crédito de la provincia del Azuay y su retorno financiero. *Dominio de las Ciencias*, 6(1), 27. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i1.1135>
- Guadarrama Tavira, E., & Rosales Estrada, E. (2015). Marketing relacional: valor, satisfacción lealtad y retención al cliente. *Ciencia y Sociedad*, 40(2), 14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87041161004.pdf>
- Lanchis Cardenas, A., & Noboa Cevallos, F. J. (2014). La Responsabilidad Social de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el sector sur del D.M. de Quito y su aporte a la economía popular y solidaria; caso cooperativa de ahorro y crédito comunidad empresarial para el desarrollo económico y social (CEDES) LC. Quito, Ecuador: Universidad Politecnica Salesiana. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6322>
- León, A. P. (2019). *Responsabilidad Social Empresarial*. Madrid.

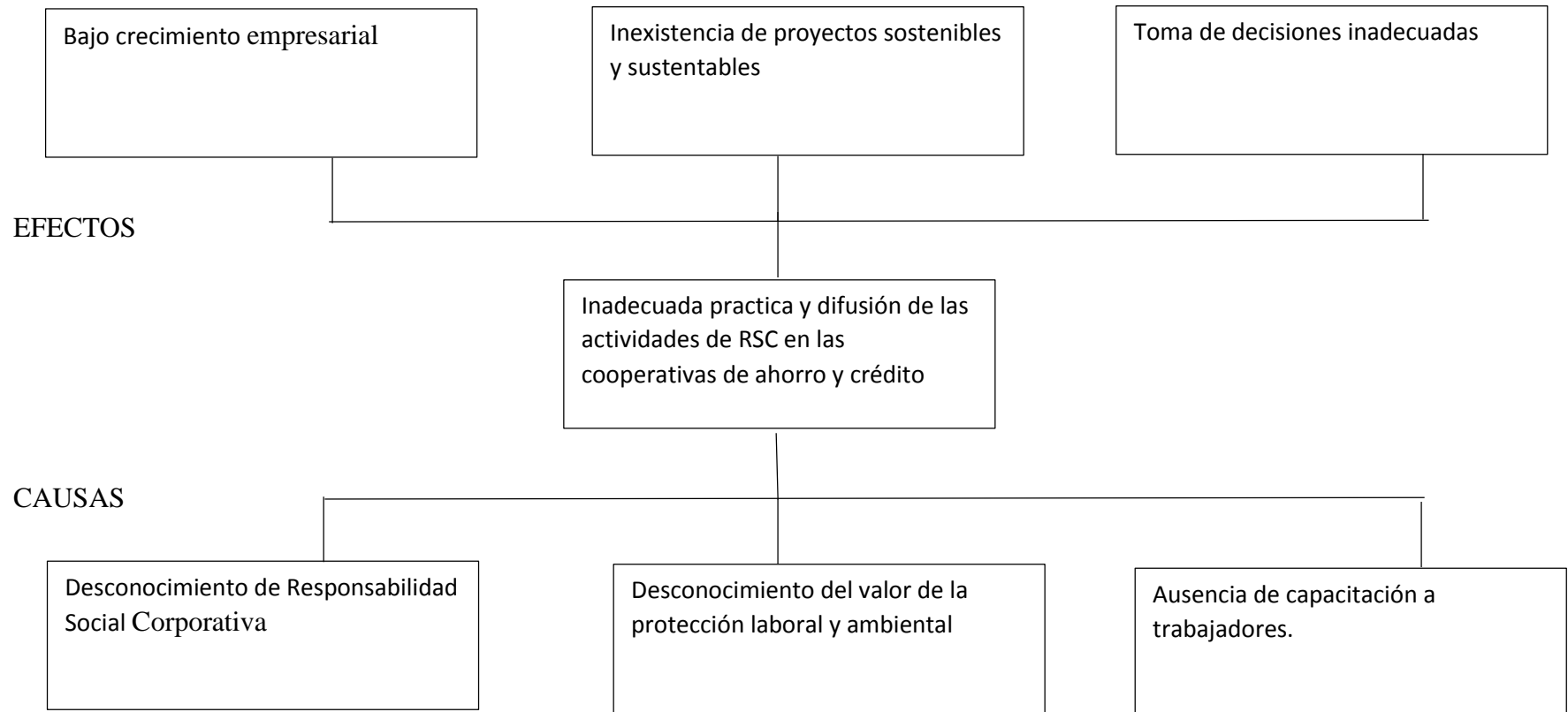
- Modesto Barron, W., Zatas Campas, M., & Gonzalez Velasquez, L. (2016). *Grado de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Empresas Industriales del Sur de Sonora*. Sonora: Revista de Investigación Académica sin Frontera.
- Moreira, M. E. (2013). *¿Qué es la sociedad?* Biblioteca virtual Universal.
- Moya, J. V. (2016). *Responsabilidad Social*. Quito : Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Naciones Unidas (ONU). (2012). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*.
- Nadred. (2010).
- Nowajewski Vega, F., Pérez Neumann, A., & Schlesinger, E. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial*. Santiago de Chile: Universidad de Chile. Obtenido de <https://www.dii.uchile.cl/wp-content/uploads/2015/11/Ensayo-RSE.pdf>
- Olit, B. F. (Septiembre de 2007). La responsabilidad social de las cooperativas de crédito: propuesta de un modelo de medición. *CERIEC España*, 27. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/275519278\\_la\\_responsabilidad\\_social\\_de\\_las\\_cooperativas\\_de\\_credito\\_propuesta\\_de\\_un\\_modelo\\_de\\_medicion](https://www.researchgate.net/publication/275519278_la_responsabilidad_social_de_las_cooperativas_de_credito_propuesta_de_un_modelo_de_medicion)
- Pacha, M. G. (2015). “La Responsabilidad Social y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Rios, M., Guevara, N., Alvarez, J., & Castro, M. (2019). *Responsabilidad social empresarial: un análisis desde el ápice estratégico al núcleo operativo en la industria alimentaria de Cuenca-Ecuador*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Salazar, L. (2017). *La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital*. Quito: Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review.



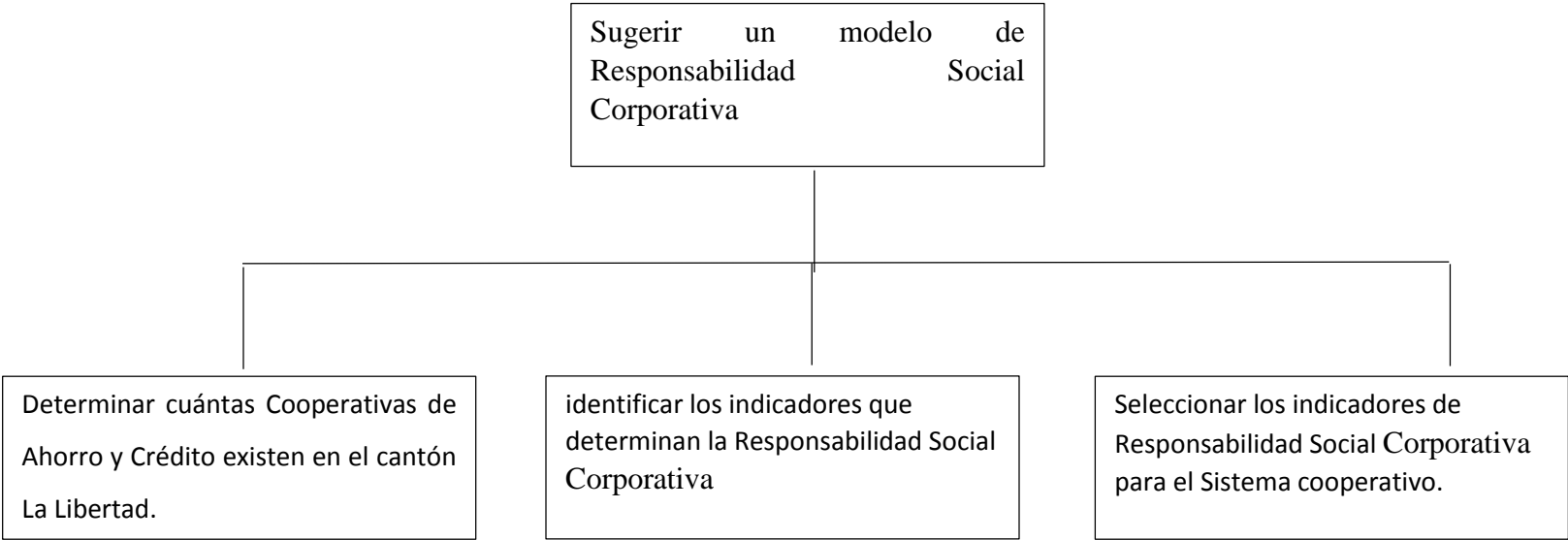
- Sarache Castro, W., Castrillón Gómez, O. D., & Ortiz Franco, L. F. (2009). Selección de proveedores: una aproximación al estado del arte. *Cuadernos de Administración*, 22(38), 145-167. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/205/20511730008.pdf>
- Server Izquierdo, R., & Villalonga Grañana, I. (Junio de 2007). La responsabilidad social en el cooperativismo de crédito. El fondo de educación y promoción como indicador de evaluación. Caso empírico para el caso español. *Scielo*, 9.
- Servicio de Rentas Internas, S. (2019). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Sherman, L. A. (1890). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares* y. Bogota: Universidad del Valle.
- Shum, A. (2006). Manual para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial. San José, Costa Rica: Centro de Gestión Tecnológica e Informática Industrial CEGESTI. Obtenido de [http://www.cegesti.org/manuales/download\\_manual\\_rse/Manual\\_RSE\\_Espanol.pdf](http://www.cegesti.org/manuales/download_manual_rse/Manual_RSE_Espanol.pdf)
- Villacís Laínez, C., Suarez Núñez, Y., & Güillín Llanos, X. (2016). *Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador*. Quevedo: Universidad Técnica estatal de Quevedo. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLaResponsabilidadSocialEnElEcuador-5833426.pdf>
- World Economic Forum. (3 de abril de 2011). *Expok comunicación de sustentabilidad y de RSE*. Obtenido de Expok comunicación de sustentabilidad y de RSE: <https://www.expoknews.com/definicion-y-principios-de-ciudadania-corporativa/>

## ANEXOS

### Anexo1. Árbol de problemas



Anexo 2. Árbol de objetivos



Anexo3. Operacionalización de variable

DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS	
La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se puede definir como el compromiso que adquiere una empresa ante sus grupos de interés y la sociedad en general. Se trata de la unificación facultativa por parte de las empresas ante el impacto de sus actividades en ámbito social y ambiental. Todas las empresas deben cumplir con el código de ética de los negocios, respecto a la aplicación de la justicia y la equidad, para enfrentar situaciones que presentan conflictos éticos entre los empleados, clientes, proveedores o la sociedad en general (Modesto Barron, Zatas Campas , & Gonzalez Velasquez , 2016)	Grupos de interés	Organización	¿Cómo es la organización?	Encuesta	
	Integración voluntaria	Responsabilidad Social Corporativa	¿conoce acerca de la RSC?	Encuesta	
	Preocupaciones sociales y ambientales	Calidad de vida Empleo Medio ambiente Comunidad	Nivel de ingreso Índice de empleo		Información bibliográfica (Plan estratégico)
	Operaciones comerciales	Servicios corporativos	¿Qué servicios brinda la organización a la comunidad?	(plan estratégico información bibliográfica)	
	Código de ética	Código de trabajo	¿La organización cuenta con un código de ética?	(plan estratégico información bibliográfica)	
	Aplicación de justicia y equidad	Políticas de la empresa	¿Sobre qué se basa la empresa para la aplicación de justicia y equidad?	(plan estratégico información bibliográfica)	
	Conflictos éticos entre empleados, clientes y proveedores	Políticas de la empresa Toma de decisiones	¿Qué acciones toma la empresa ante conflictos éticos entre empleados, clientes y proveedores	(plan estratégico información bibliográfica)	

Anexo 4. Encuesta a colaboradores



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



**“La Responsabilidad Social Corporativa en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena”**

**OBJETIVO:** Este cuestionario tiene como finalidad recopilar información referente a la Responsabilidad Social Corporativa en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad

**INDICACIONES:** La siguiente encuesta es de carácter personal. Le rogamos su colaboración contestando conscientemente, señalando con una X en el recuadro según considere la respuesta más cercana a la realidad.

**DIRIGIDO A:** Colaboradores de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad, provincia Santa Elena.

**CUESTIONARIO**

**Información general**

1. **Género:** Masculino  Femenino
2. **Edad:** 18 – 30  31 – 40  46 –  más de   
60
3. **Estado civil:** Soltero(a)  Casado (a)  Divorciado   
Unión de hecho  Viudo
4. **Cargo:** Propietario  Gerente General   
Administrativo  Otro

**Aspectos específicos**

1. ¿Conoce usted lo que es la Responsabilidad Social Corporativa y la importancia de su aplicación?
- |    |                          |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |
2. ¿En la Cooperativa se han definido cuáles son los valores que guían el operar?
- |    |                          |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |
3. ¿Cómo es la participación de los empleados en los valores de la Cooperativa?
- |          |                          |
|----------|--------------------------|
| Muy baja | <input type="checkbox"/> |
|----------|--------------------------|

Baja	
Ni baja ni aceptable	
Aceptable	
Muy aceptable	

4. ¿Cómo considera la contribución de la Cooperativa hacia el desarrollo y capacitación de los colaboradores?

Muy baja	
Baja	
Ni baja ni aceptable	
Aceptable	
Muy aceptable	

5. ¿Cómo considera la participación de los empleados RSC?

Muy baja	
Baja	
Ni baja ni aceptable	
Aceptable	
Muy aceptable	

6. ¿La Cooperativa incentiva a sus empleados?

Si	
No	

7. ¿Cómo considera las actividades al beneficio de la comunidad?

Muy baja	
Baja	
Ni baja ni aceptable	
Aceptable	
Muy aceptable	

8. ¿La Cooperativa realiza diálogos a la comunidad?

Si	
No	

9. ¿La Cooperativa realiza actividades de patrocinios, donaciones y voluntariado?

Si	
No	

10. ¿Cómo considera la satisfacción al cliente?

Muy baja	
Baja	
Ni baja ni aceptable	
Aceptable	
Muy aceptable	

11. ¿Grado de importancia que los directivos y trabajadores dan a las actividades socialmente responsables?

No es importante		
Poco importante		
Neutral		
Importante		
Muy importante		

12. ¿La Cooperativa informa sobre RSC a sus socios y comunidad?

Si	
No	

13. ¿Cómo considera el reconocimiento que recibe la Cooperativa de la comunidad?

Muy baja	
Baja	
Ni baja ni aceptable	
Aceptable	
Muy aceptable	

14. ¿Cómo considera el grado de información difundido a la comunidad?

Muy baja	
Baja	
Ni baja ni aceptable	
Aceptable	
Muy aceptable	

**Gracias.**

## Anexo 5. Entrevista

### **UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

#### **“La Responsabilidad Social Corporativa en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena”**

**OBJETIVO:** Esta entrevista tiene como finalidad recopilar información referente a la Responsabilidad Social Corporativa en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad

**DIRIGIDO A:** Directivos de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del cantón La Libertad, provincia Santa Elena.

#### **Entrevista**

##### **Aspectos específicos**

1. ¿Qué es para usted para la Responsabilidad Social Corporativa?
2. ¿En la empresa se han definido claramente cuáles son los valores que guían su operar?
3. ¿Cómo es la participación de los grupos de interés con los valores de la Cooperativa?
4. ¿De qué manera la Cooperativa satisface las necesidades de sus clientes?
5. ¿La Cooperativa incentiva a sus empleados?
6. ¿La Cooperativa realiza actividades a beneficio de la comunidad?
7. ¿La Cooperativa realiza diálogos hacia la comunidad?
8. ¿La Cooperativa informa sobre la responsabilidad social Corporativa a sus socios y comunidad?
9. ¿La cooperativa recibe algún reconocimiento por parte de la comunidad por las actividades sociales que realiza?
10. ¿Por qué medios realizan la rendición de cuentas a la sociedad?



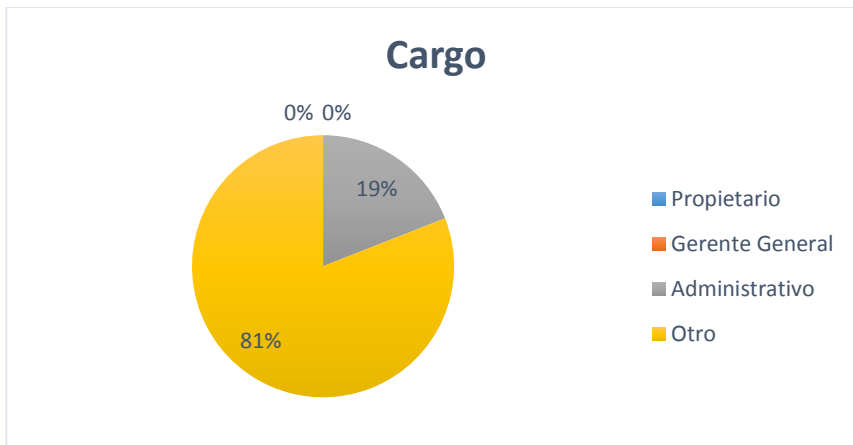
## Anexo 6. Gráficos y Tablas

*Tabla 1 Muestra*

Muestra Anterior	72
Muestra actual	21

*Tabla 2 Cargo del encuestado*

Cargo	Respuesta	Porcentaje
Propietario	0	0%
Gerente General	0	0%
Administrativo	4	19%
Otro	17	81%
Total	21	100%



*Ilustración 1 Cargo del encuestado*

*Tabla 3 Conocimiento en RSC*

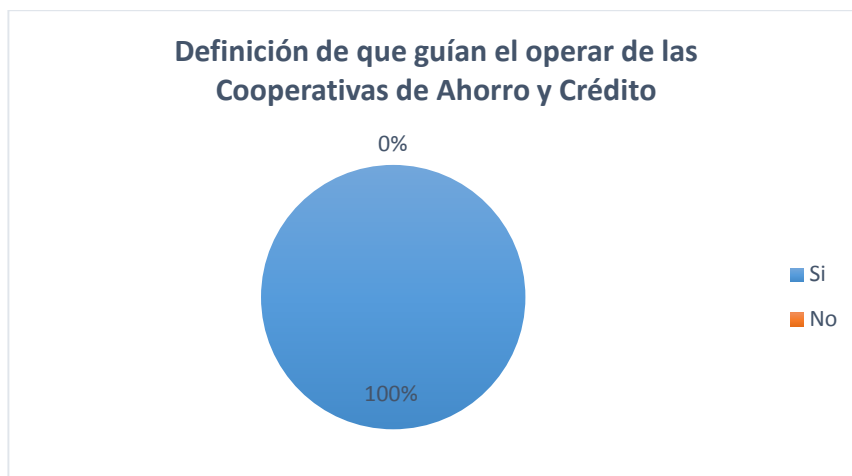
Conocimientos en temas de Responsabilidad Social Corporativa	Respuesta	Porcentaje
Si	21	100%
No	0	0%
Total	21	100%



*Ilustración 2* Conocimiento en RSC

*Tabla 4* Definición de valores que guían el operar

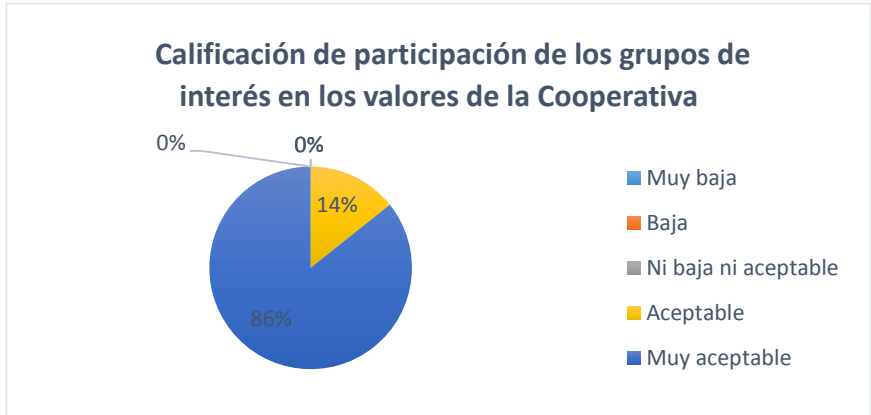
Definición de que guían el operar de las Cooperativas de Ahorro y Crédito	Respuesta	Porcentaje
Si	21	100%
No	0	0%
Total	21	100%



*Ilustración 3 Definición de valores que guían el operar*

**Tabla 5** Participación de grupos de interés

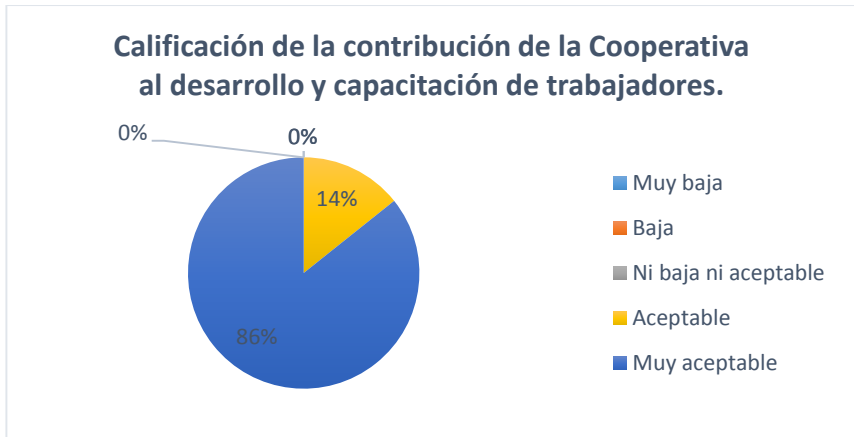
Calificación de participación de los grupos de interés en los valores de la Cooperativa	Respuesta	Porcentaje
Muy baja	0	0%
Baja	0	0%
Ni baja ni aceptable	0	0%
Aceptable	3	14%
Muy aceptable	18	86%
Total	21	100%



*Ilustración 4 Participación de grupos de interés*

*Tabla 6 Contribución al desarrollo y capacitación de trabajadores*

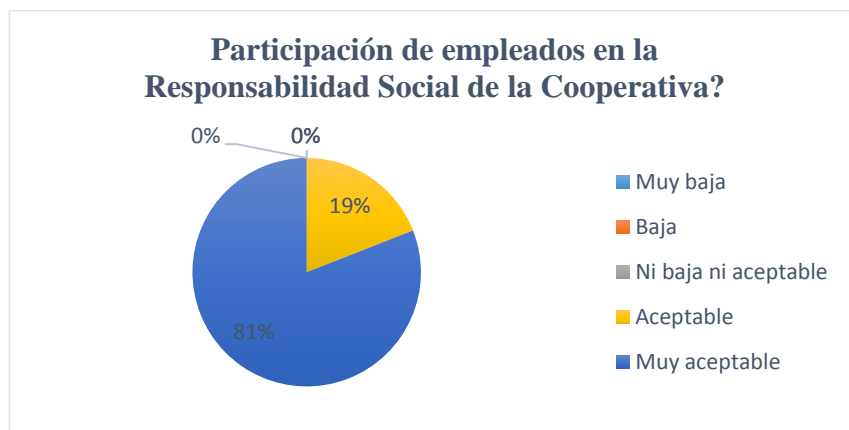
Calificación de la contribución de la Cooperativa al desarrollo y capacitación de trabajadores.	Respuesta	Porcentaje
Muy baja	0	0%
Baja	0	0%
Ni baja ni aceptable	0	0%
Aceptable	3	14%
Muy aceptable	18	86%
Total	21	100%



*Ilustración 5 Contribución al desarrollo y capacitación de trabajadores*

**Tabla 7** Participación de empleados

Calificación de la participación de los empleados en la Responsabilidad Social de la Cooperativa	Respuesta	Porcentaje
Muy baja	0	0%
Baja	0	0%
Ni baja ni aceptable	0	0%
Aceptable	4	19%
Muy aceptable	17	81%
Total	21	100%



**Ilustración 6** Participación de empleados

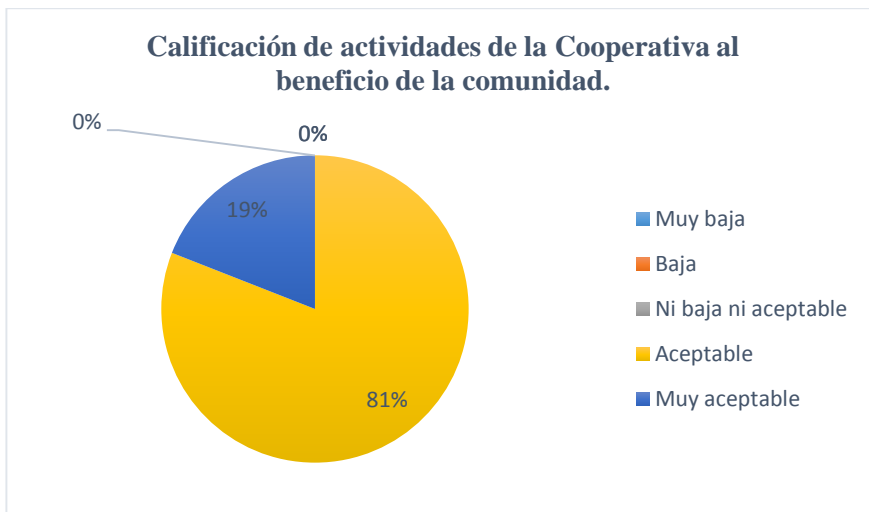
**Tabla 8** Incentivo a empleados

Incentivo a empleados	Respuesta	Porcentaje
Si	21	100%
No	0	0%
Total	21	100%



*Ilustración 7* Incentivo a empleados

Calificación de actividades de la Cooperativa al beneficio de la comunidad.	Respuesta	Porcentaje
Muy baja	0	0%
Baja	0	0%
Ni baja ni aceptable	0	0%
Aceptable	17	81%
Muy aceptable	4	19%
Total	21	100%



**Tabla 9** Realización de diálogos hacia la comunidad

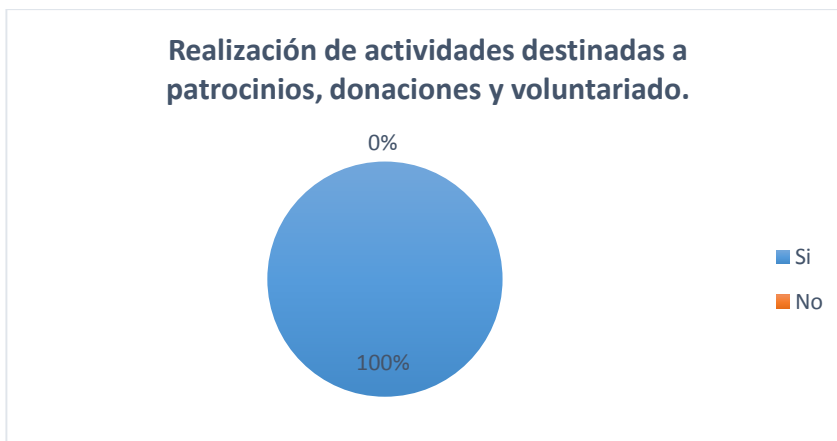
Realización de diálogos sobre temas delicados que afectan a la comunidad	Respuesta	Porcentaje
Si	18	86%
No	3	14%
Total	21	100%



*Ilustración 8 Realización de diálogos hacia la comunidad*

*Tabla 10 Realización de actividades destinadas a patrocinios, donaciones y voluntariado.*

Realización de actividades destinadas a patrocinios, donaciones y voluntariado.	Respuesta	Porcentaje
Si	21	100%
No	0	0%
Total	21	100%

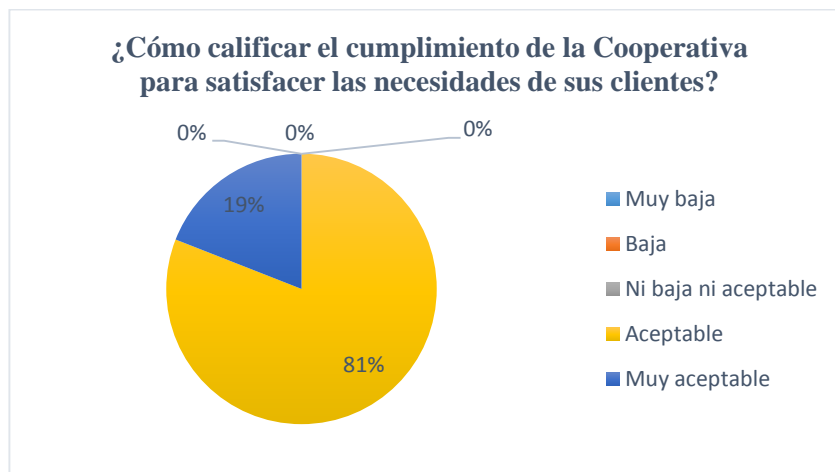


*Ilustración 9 Realización de actividades destinadas a patrocinios, donaciones y voluntariado.*



**Tabla 11** Satisfacción al cliente.

Satisfacción al cliente.	Respuesta	Porcentaje
Muy baja	0	0%
Baja	0	0%
Ni baja ni aceptable	0	0%
Aceptable	17	81%
Muy aceptable	4	19%
Total	21	100%



**Ilustración 10** Satisfacción al cliente.

**Tabla 12** Importancia de actividades de RSC

Grado de importancia de las actividades de Responsabilidad Social	Respuesta	Porcentaje
Muy baja	0	0%
Baja	0	0%
Ni baja ni aceptable	2	10%
Aceptable	5	24%
Muy aceptable	14	67%
Total	21	100%



*Ilustración 11* Importancia de actividades de RSC

*Tabla 13* Informe a socios estratégicos y comunidad sobre actividades de RSC

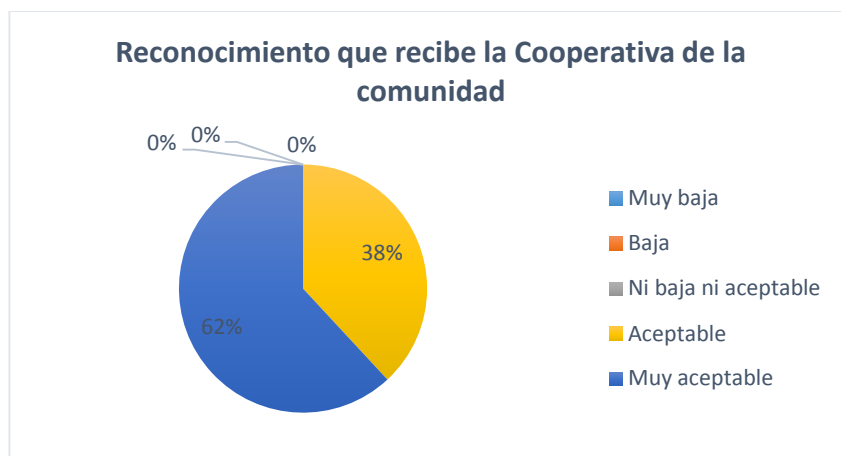
Informe a socios estratégicos y comunidad sobre actividades de RSC	Respuesta	Porcentaje
Si	21	100%
No	0	0%
Total	21	100%



*Ilustración 12* Informe a socios estratégicos y comunidad sobre actividades de RSC

**Tabla 14** Reconocimiento que recibe la Cooperativa

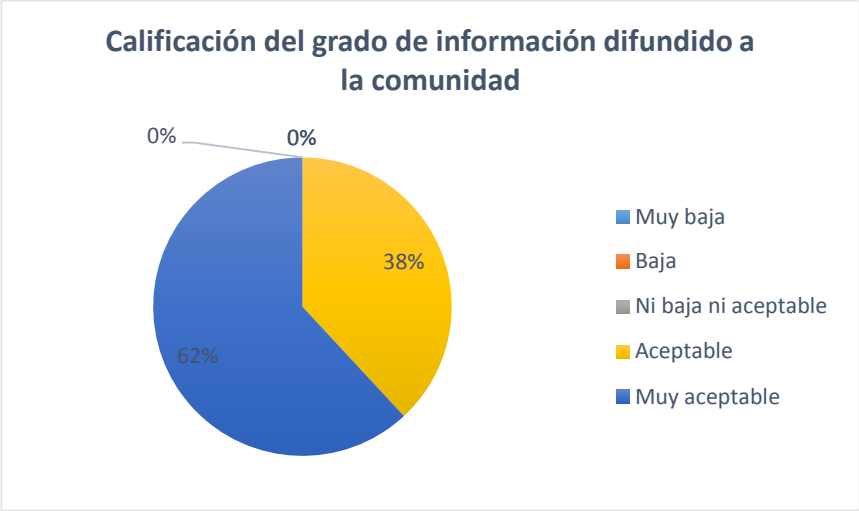
Reconocimiento que recibe la Cooperativa de la comunidad	Respuesta	Porcentaje
Muy baja	0	0%
Baja	0	0%
Ni baja ni aceptable	0	0%
Aceptable	8	38%
Muy aceptable	13	62%
Total	21	100%



**Ilustración 13** Reconocimiento que recibe la Cooperativa

**Tabla 15** Información difundido a la comunidad

Calificación del grado de información difundido a la comunidad	Respuesta	Porcentaje
Muy baja	0	0%
Baja	0	0%
Ni baja ni aceptable	0	0%
Aceptable	8	38%
Muy aceptable	13	62%
Total	21	100%



*Ilustración 14 Información difundido a la comunidad*