



*unl*

Universidad  
Nacional  
de Loja

# Indicadores de Responsabilidad Social para las Cooperativas de Ahorro y Crédito

# RSE



Peña Vélez Maritza  
Malla Alvarado Franklin  
Sarmiento Castillo Germania  
Vallejo Ramírez Jorge



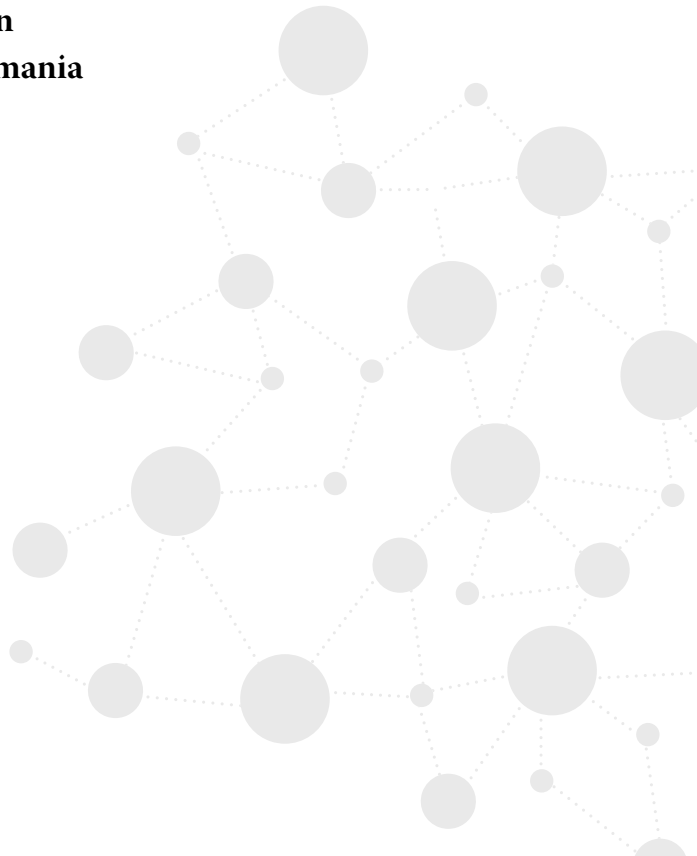


*unl*

Universidad  
Nacional  
de Loja

## *Indicadores de Responsabilidad Social para las Cooperativas de Ahorro y Crédito*

**Peña Vélez Maritza**  
**Malla Alvarado Franklin**  
**Sarmiento Castillo Germania**  
**Vallejo Ramírez Jorge**





Universidad  
Nacional  
de Loja

Ph. D. Nikolay Aguirre  
**RECTOR UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Ph. D. Max Encalada Córdova  
**DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN**

**INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA  
LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO**

**Autores:**

Maritza Jackeline Peña Vélez

***DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial para las cooperativas de Ahorro y Crédito de la provincia de Loja*** UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Franklin Malla Alvarado

Germania del Pilar Sarmiento Castillo

***Docentes Investigadores, miembro del grupo de investigación***  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Jorge Baltazar Vallejo Ramírez

***Investigador Colaborador Externo***

**Revisión Par Académico:**

Jorge López Lapo, Mgtr.

**Editorial Universitaria:**

Contacto: [comision.editorial@unl.edu.ec](mailto:comision.editorial@unl.edu.ec)

**ISBN- 978-9978-355-74-9**

**Diseño, diagramación e impresión:**

**Torres & Cordero PGI.**

Contacto: 593-7-2877274 - 0995561827

Rafael Carpio Abad y de los Manjares

[toricor@hotmail.com](mailto:toricor@hotmail.com)

Cuenca-Ecuador

Febrero, 2022

Cuenca, Ecuador

# *Acerca de los Autores*



**Maritza Jackeline Peña Vélez**

*Magister en Gerencia Contable y Financiera de la Universidad Nacional de Loja, en la que se encuentra ejerciendo como Docente Investigador durante 7 años. Desde hace dos años estudia la Responsabilidad Social en las Cooperativas de Ahorro y Crédito. En el año 2017 participó en el proyecto de investigación “Modelo de Balance Social para Entidades Financieras de la Economía Popular y Solidaria, actualmente forma parte de los proyectos de Sostenibilidad Financiera y, uso de las TIC’S para la Educación Financiera.*



**Franklin Yovani Malla Alvarado.**

*Es docente universitario en los ámbitos contables, tributarios y financieros; capacitador independiente por el Ministerio de Trabajo, escritor de obras como Administración financiera y la gestión empresarial y Metodología para la elaboración del flujo del efectivo para la superintendencia de compañías; autor de artículos científicos de relevancia; cuenta con reconocimiento por parte de la Carrera de Contabilidad y Auditoría y Vicerrectorado Académico de la Universidad Nacional de Loja por su aporte al fortalecimiento de la docencia universitaria.*



**Germania del Pilar Sarmiento Castillo.**

*Magíster en Gestión Financiera, Economista títulos otorgados por la universidad Técnica Particular de Loja. Docente investigador en la Universidad Nacional de Loja. Autora y coautora de varios artículos en revistas indexadas. Ha trabajado a lo largo de 15 años en empresas privadas del sector de la construcción en el área de la Administración Financiera lo que le ha permitido obtener experiencia y realizar investigación sobre problemas administrativos y estructura de capital, actualmente se dedica a la docencia en la carrera de Finanzas de la UNL y dentro de ella en proyectos de investigación en temas de Responsabilidad Social Empresarial, Sostenibilidad Financiera y, uso de las TIC’S para la Educación Financiera.*



**Jorge Baltazar Vallejo Ramírez.**

*Magíster en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial títulos otorgados por la Universidad Nacional de Loja. Docente investigador universitario en la UNL. Autor y coautor de varios artículos en revistas indexadas. Experiencia profesional más de 16 años en empresas del sector público y privado. Docente en la Carrera de Banca y Finanzas de la Universidad Nacional de Loja - Ecuador.*



# *Dedicatoria*

Dedico este trabajo a Dios por ser el autor de mi vida; a mi esposo e hijos por su apoyo incondicional; quienes fueron la llama perenne de amor y comprensión que iluminaron el camino de mi vida personal y profesional y que me motivaron para seguir adelante; a mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad.

***Maritza Jackeline***

A mi Dios Jehová por ser la guía en todos mis sueños y proyectos, a mi hija y esposa por ser el motor de mis acciones y a toda mi familia por ser un apoyo fundamental en la realización de la presente obra.

***Franklin Yovani***

Dedicado a todos los que aún creen, trabajan y luchan para que el mundo sea un lugar justo, responsable y solidario, entre ellos mi familia.

***Germania del Pilar***

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando he estado a punto de caer; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente este trabajo a Dios. De igual forma, dedico la presente investigación a mis padres que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles. A mi esposa, mis hijos, por su apoyo incondicional en el transcurso de éste arduo trabajo, por compartir momentos de alegría y tristeza, por su comprensión, paciencia y cariño, dándome ánimos de fuerza y valor para seguir adelante.

***Jorge Baltazar***





# *Presentación*

La iniciativa de presentar el manuscrito que hoy el lector tiene en sus manos denominado: Indicadores de Responsabilidad Social para las Cooperativas de Ahorro y Crédito, surge como una contribución dentro del proyecto de investigación desarrollado bajo la filiación de la Universidad Nacional de Loja, esta se refiere a realizar un análisis exhaustivo al revelar los procesos relacionados a las actividades consideradas dentro de la teoría como prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que las Cooperativas de Ahorro y Crédito COAC de la provincia de Loja ejecutan, de la misma forma, se plantea una metodología base para que en función de los resultados se pueda implementar la medición de estas actividades por medio de la aplicación de indicadores de RSE en todas las COAC, de acuerdo a las características y necesidades antes establecidas.

De esta forma, el presente libro se convierte en una fuente de consulta para los estudiantes, profesionales y público en general, profundizando los conocimientos teóricos sobre los procesos de cómo llevar la responsabilidad social bajo las dimensiones establecidas de: económico, social y ambiental reconociendo a los stakeholders o grupos de interés a los empleados de las cooperativas, trabajadores, socios, directivos, proveedores y comunidad en general, incentivando a la consecutiva mejora e incremento en las prácticas de RSE dentro de un sistema de Economía Popular y Solidaria.

El texto consta de cuatro capítulos distribuidos de la siguiente forma: Capítulo I versa de la RSE dentro de la empresa y la responsabilidad con los grupos de interés, en especial del compromiso que tienen los directivos que se encuentran frente a las organizaciones en general; en el Capítulo II se desarrolla una aproximación conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial basada en diferentes teorías desarrolladas alrededor del mundo; el Capítulo III aborda la perspectiva teórica y postulados que rezan sobre la Economía Popular y Solidaria, y dentro de esta, lo que corresponde a las cooperativas de ahorro y crédito como instituciones financieras pertenecientes a este sector.

Finalmente, en el Capítulo IV se detallan los indicadores de responsabilidad social empresarial como resultado de la investigación, convirtiéndose en los parámetros de medición y herramienta de planificación y evaluación de la gestión social, económica y ambiental para las entidades financieras de la Economía Popular y Solidaria.



## *Agradecimiento*

Nuestro agradecimiento a las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja por las facilidades brindadas en el transcurso de desarrollo del proyecto de investigación de donde se deriva el presente texto y a nuestros compañeros de trabajo por su apoyo constante en cada fase desarrollada.

**Los Autores**



# Índice

<b>Acerca de los autores .....</b>	<b>5</b>
<b>Dedicatoria .....</b>	<b>7</b>
<b>Presentación .....</b>	<b>9</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>11</b>
<b>Índice .....</b>	<b>13</b>
<b>Lista de Tablas .....</b>	<b>15</b>
<b>Lista de Ilustraciones .....</b>	<b>15</b>
<b>Capítulo 1. Contribuciones para la Competitividad.....</b>	<b>17</b>
<b>1.1. Introducción.....</b>	<b>17</b>
<b>1.2. Concepción de Empresa .....</b>	<b>17</b>
1.2.1. Mercantilismo .....	18
1.2.2. Capitalismo Industrial.....	18
1.2.3. Capitalismo Financiero .....	19
<b>1.3. Concepción de la Empresa en la Actualidad.....</b>	<b>20</b>
<b>1.4. Objetivos de la Empresa.....</b>	<b>22</b>
1.4.1. Propender a una Visión Sostenible de Largo Plazo...	22
1.4.2. Contribuir al Desarrollo Sostenible, Incluyendo la Salud y el Bienestar de la Sociedad. ....	23
1.4.3. Tomar en Consideración las Expectativas de las Partes Interesadas.....	24
<b>1.5. Responsabilidad de las Personas que están Frente a         las Empresas .....</b>	<b>26</b>
1.5.1. Principales Características de los Gerentes y Directivos Socialmente Responsables .....	27
<b>Capítulo 2. Una Aproximación Conceptual de la         Responsabilidad Social Empresarial.....</b>	<b>31</b>
<b>2.1. Introducción.....</b>	<b>31</b>
<b>2.2. La Responsabilidad Social en el Mundo.....</b>	<b>32</b>
<b>2.3. La Responsabilidad en el Ecuador.....</b>	<b>34</b>
<b>2.4. Fundamentos de la Responsabilidad Social.....</b>	<b>35</b>
2.4.1. Objetivo Principal de la Responsabilidad Social.....	36
2.4.2. Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial.	37
2.4.3. La Teoría de los Stakeholders y el Bien Común.....	38

2.4.4. Libro verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas .....	39
2.4.5. Foro Multistakeholder .....	39
2.4.6. Comunicaciones de la Comisión Europea .....	39
<b>2.5. Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial ..</b>	<b>40</b>
2.5.1. Las Dimensiones y Ámbitos Estratégicos de la Responsabilidad Social .....	42
2.5.2. La RSE Ambiental y la Estrategia Corporativa .....	44
2.5.3. ¿Cómo ha Evolucionado la RSE en el Tiempo? .....	46
2.5.4. ¿Cómo Medir la RSE Ambiental? .....	48
2.5.5. Los Stakeholders o Grupos de Interés .....	50
2.5.6. Beneficios en las Empresas al Incorporar Prácticas de RSE .....	51
2.5.7. Evaluación en las Empresas Sobre la RSE .....	52
2.5.8. Perspectivas de la RSE .....	53
<b>2.6. Casos Exitosos de Empresas por su Responsabilidad Social .....</b>	<b>54</b>
2.6.1. Experiencias de las Empresas sobre la Responsabilidad Social en Ecuador .....	57
<b>2.7. Conclusiones .....</b>	<b>59</b>
<b>Capítulo 3. Economía Popular y Solidaria .....</b>	<b>61</b>
<b>3.1. Introducción .....</b>	<b>61</b>
<b>3.2. Bases conceptuales, Evolución y Debates Sobre la Economía Popular y Solidaria .....</b>	<b>61</b>
<b>3.3. La Economía Solidaria en el Mundo, Latinoamérica y Ecuador .....</b>	<b>62</b>
3.3.1. Definiciones de la Economía Popular y Solidaria .....	62
3.3.2. Economía Popular y Solidaria en el mundo .....	63
3.3.3. Economía Popular y Solidaria en Latinoamérica .....	64
3.3.4. Economía Popular y Solidaria en Ecuador .....	67
<b>3.4. Antecedentes del Cooperativismo en el Ecuador .....</b>	<b>68</b>
3.4.1. Cooperativismo .....	68
3.4.2. Cooperativas .....	73
3.4.3. Cooperativas de Ahorro y Crédito .....	74
<b>3.5. Cooperativismo Financiero en la Provincia de Loja .....</b>	<b>75</b>
<b>3.6. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria .....</b>	<b>78</b>
<b>3.7. Superintendencia de Economía Popular y Solidaria .....</b>	<b>80</b>

<b>Capítulo 4. Indicadores de Responsabilidad Social Corporativa .</b>	<b>81</b>
<b>4.1. Introducción.....</b>	<b>81</b>
<b>4.2. Algunos Indicadores de la Vida Cotidiana.....</b>	<b>82</b>
<b>4.3. Matriz de Indicadores.....</b>	<b>83</b>
4.3.1. Dimensiones Establecidas para la Formulación de los Indicadores.....	84
<b>4.4. Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial....</b>	<b>85</b>
4.4.1. Fundamento de la Dimensión Social .....	85
4.4.2. Fundamento de la Dimensión Económica.....	111
4.4.3. Fundamento de la Dimensión Medioambiental.....	145
<b>Referencias.....</b>	<b>152</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>155</b>

## *Lista de Tablas*

<i>Segmentos del Sector Solidario Financiero .....</i>	75
--	----

## *Lista de Ilustraciones*

Figura 1. <i>Imagen de empresas.....</i>	18
Figura 2. <i>Concepciones tradicionales y actuales.....</i>	21
Figura 3. <i>Responsabilidad Social Empresarial.....</i>	32
Figura 4. <i>La pirámide de RSE.....</i>	38
Figura 6. <i>Economía Convencional Frente a Economía Solidaria .....</i>	63
Figura 7. <i>Adhesión Voluntaria.....</i>	69
Figura 8. <i>Control democrático.....</i>	70
Figura 9. <i>Participación Económica.....</i>	70
Figura 10. <i>Autonomía.....</i>	71
Figura 11. <i>Educación y Capacitación .....</i>	71
Figura 12. <i>Cooperación.....</i>	72
Figura 13. <i>Preocupación por la Comunidad.....</i>	72
Figura 14. <i>Inauguración de la Cooperativa Padre Julián Lorente.....</i>	76
Figura 15. <i>Inauguración Cooperativa Educadores de Loja .....</i>	77
Figura 16. <i>Exteriores CoopMego.....</i>	78
Figura 17. <i>Limitaciones que Restringen el Uso de Servicios Financieros.....</i>	112





## **Capítulo 1. Contribuciones para la Competitividad**

### **1.1. Introducción**

El concepto de Responsabilidad Social empresarial (RSE), es en la actualidad un hito a conseguir en el mundo de los negocios, sin embargo, a pesar de su importancia no es sino hasta las últimas décadas cuando ha ganado connotación y desarrollo en su estudio. Ante esta situación en el presente capítulo se realizará una revisión de la evolución del concepto de RSE a través del tiempo, empezando con la concepción del término en los siglos XVIII y XIX, pasando por la introducción de este en el denominado capitalismo industrial, hasta llegar a una conceptualización en el mundo actual.

Adicionalmente, se analiza la importancia y contribución de la Responsabilidad Social Empresarial en el crecimiento de las empresas, para lo cual se realizará un estudio de los casos más representativos y exitosos en RSE, esto permitirá identificar las principales estrategias que dichas empresas están utilizando y que los mantienen a la vanguardia en este tema.

Finalmente, los modelos de gestión empresarial resultan ineficaces sino existen personas que reúnan ciertos atributos y condiciones para aterrizar los objetivos planteados en resultados reales; es por ello que en la última sección del presente capítulo se analizará las principales características que debe reunir un gerente de una empresa socialmente responsable, así como también se expondrá los beneficios de incorporar prácticas de RSE, la importancia de implementar mecanismos que permitan evaluar y medir los efectos de las estrategias de Responsabilidad Social, y las perspectivas que este concepto ofrece en el futuro al mundo empresarial. Bienvenidos.

### **1.2. Concepción de Empresa**

En un mundo globalizado que se encuentra en constante transformación, la percepción de ciertos conceptos que tenemos en la actualidad difiere del pensamiento que sobre el mismo se tenía hace 30 o más años. Es más ciertos conceptos van mutando conforme al entorno o circunstancias que se viven en determinado momento. El mundo empresarial no se escapa de esta realidad a tal punto que a lo largo de la historia hemos visto distintas formas de como la sociedad ha concebido el concepto de empresa (Chiavenato, 2007).

La empresa junto al Estado y los consumidores es uno de los tres principales agentes económicos, cuyo principal objetivo es el de ser impulsor de la economía y proporcionar los bienes y servicios que requieren y utilizarán el resto de los agentes. Si bien es cierto que en las últimas décadas la empresa ha cobrado mayor relevancia, lo cierto es que su contribución ha existido desde hace mucho tiempo. Es por lo que a continuación se analizará la evolución histórica que ha experimentado este concepto, esto nos permitirá identificar claramente el enfoque tradicionalista y moderno de la empresa.



*Figura 1. Imagen de empresas*

*Fuente: Portal freepik*

### **1.2.1. Mercantilismo**

Esta corriente tiene su apogeo en los siglos XVII y XVIII en los cuales se instaura el capitalismo mercantil, es decir el comercio se instaura como la actividad económica básica. En este escenario surgen las empresas dedicadas al comercio nacional e internacional, así como las empresas bancarias serán recordados como aquellos en los que se instauró el capitalismo mercantil, el cual tenía su principal razón de ser en el comercio como actividad económica básica. Bajo esta corriente el objetivo principal de la empresa es la comercializar bienes con los otros agentes de la economía y abrir sus horizontes al intercambio comercial internacional (Valencia, 2011).

### **1.2.2. Capitalismo Industrial**

Tuvo lugar en el siglo XIX, en el auge de la Revolución Industrial gestada durante el siglo anterior. En esta época surgen las denominadas empresas industriales cuya actividad principal es la de ejecutar actividades transformadoras, es decir actuar como unidades económicas de producción.

En este período producto del crecimiento económico acelerado se gestaron las grandes fábricas o sociedades, lo cual a la larga dio lugar al establecimiento de monopolio y oligopolios en los que unas pocas empresas se repartían la cuota total del mercado.

Uno de los principales pensadores de la época fue Adam Smith, considerado el padre de la Economía Moderna y de la escuela clásica. Respecto a la concepción de empresa Smith (1776) en su libro “La riqueza de las Naciones” menciona que el libre ejercicio del interés individual beneficia – sin proponérselo- al bien colectivo, señalando que la solución a los problemas y la satisfacción de las necesidades de la sociedad se alcanza mediante la división del trabajo, la libre competencia, el libre comercio y la libre empresa. De este pensamiento se puede extraer que el fin primero y último de la empresa es el de especializarse en aquello que mejor sabe hacer a fin de generar utilidades y que al hacerlo este comportamiento egoísta contribuye a mejorar el bien colectivo por cuanto la producción vista desde este enfoque provoca un proceso dinámico que se riega en toda la economía generando mayor demanda de mano de obra (con lo cual se disminuye el paro), así como también se logra una mayor dinamización de otros sectores. Al hablar de libre mercado y libre empresa se hace mención a la inexistencia de regulaciones por parte del Estado, es decir las reglas se establecen por el mercado, y las distorsiones que se puedan producir son corregidas por lo que Smith denominó la “Mano invisible”, es decir las empresas deben tener la libertad para producir y el Estado debe limitar su participación al mínimo.

Del capitalismo industrial y el pensamiento de Adam Smith se establece que la concepción de empresa de esa época es la de una estructura que debe encaminarse a los procesos de producción que generen transformación o agregación de valor, cuyo fin último es el de perseguir exclusivamente su beneficio particular, traducido en la generación de ganancias, y que al hacerlo de esta forma se contribuiría al desarrollo de la sociedad.

### ***1.2.3. Capitalismo Financiero***

A inicios del siglo XX, producto del crecimiento de las empresas generadas durante el boom de la Revolución Industrial, surge una nueva necesidad en el entorno empresarial que es la de establecer empresas que actúen como unidades financieras y de decisión, capaces de afrontar y acoplar sus sistemas de producción a las nuevas innovaciones tecnológicas.

Este acontecimiento genera a su vez la diferenciación entre empresario y dueño de capital, siendo estos últimos los encargados de proveer de los recursos financieros a fin de que los primeros cumplan con su misión y pueda afrontar los cambios tecnológicos generados por la innovación. En esta época se desarrolla el crédito bancario y el mercado de valores como fuentes de obtención de capital financiero.

Friedman (1970) sostiene que “La empresa no tiene más que una responsabilidad y solo una: utilizar sus recursos y energía en actividades tendientes a incrementar sus utilidades, a condición de que observe las reglas del juego...” (p.54). En resumen, en la concepción de Friedman una empresa se considera socialmente responsable cuando se dirige firmemente a la búsqueda de las utilidades, es competitiva y no viola las reglas del juego.

Si bien es cierto esta concepción ya incluye el concepto de responsabilidad social, esta sigue limitándose al beneficio particular de las empresas, no obstante, un punto interesante es la introducción de conductas éticas por parte del sector empresarial al acatar y respetar las reglas del juego.

### **1.3. Concepción de la Empresa en la Actualidad**

Los altos grados de polarización, desigualdad y pobreza en la sociedad producto de un capitalismo agresivo, el aprovechamiento desmedido de recursos naturales, sumado a los escándalos de corrupción y explotación del sector empresarial han generado que los stakeholders adopten nuevas actitudes y exigencias hacia el sector empresarial en función de códigos y niveles de comportamientos responsables (Alcarria, 2012).

En este contexto el papel de las empresas en la actualidad se ha tornado más complejo, debido a que el crecimiento vertiginoso de los avances tecnológicos, así como la introducción de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) ha creado una generación de compradores más exigentes que al momento de consumir valora aspectos adicionales al precio.

El consumidor en la actualidad valora aspectos muchas veces intangibles de las empresas, que no siempre están presentes como características del producto, el consumidor de hoy valora la reputación de la marca, la seriedad en sus procesos, el establecimiento de prácticas de comercio justo, aplicación de tecnologías verdes en sus fases de producción, apoyo y fomento a la comunidad entre otros.

Con este nivel de exigencias, las empresas no tienen más remedio que acoplarse y ajustarse a las necesidades y expectativas de sus clientes. La sinergia de estas fuerzas ha provocado que la empresa actualmente sea concebida como un conjunto de factores de producción, que son dirigidos por los empresarios hacia la consecución de objetivos empresariales, que asegure la obtención de beneficios económicos, pero sin olvidar la responsabilidad social con el entorno que la rodea.

La concepción mencionada en el párrafo anterior implica que la empresa no es un ente aislado, sino más bien forma parte de un sistema más complejo que se interrelaciona de manera continua con cada uno de los elementos que lo integran. En tal sentido el concepto de beneficio individual empresarial no tiene cabida, ya que las empresas que buscan únicamente el lucro como principal objetivo están condenadas a la extinción.

A manera de resumen la visión actual de empresa considera que la satisfacción de las necesidades de todos los interesados por parte del conglomerado empresarial contribuirá de mejor manera a la consecución de los intereses de la sociedad y por ende las ayudará a alcanzar mejores niveles de rentabilidad. Tomando en cuenta que el desempeño de una empresa ya no se mide únicamente por sus resultados económicos y financieros, sino por su influencia social, política, tecnológica y por su aporte al desarrollo y mejoramiento de la sociedad.

El siguiente esquema resume las concepciones tradicionalista y actual de empresa.



Figura 2. Concepciones tradicionales y actuales  
Fuente: Alcarria 2012

## **1.4. Objetivos de la Empresa**

El objetivo es el planteamiento de una meta o propósito que se quiere alcanzar, a nivel empresarial el planteamiento de los mismos es de vital importancia, puesto que constituye un pilar como elementos orientadores dentro de la Planificación Estratégica empresarial.

Los objetivos empresariales ayudan a concretar las aspiraciones expresadas en la Misión (la razón de ser) y la Visión (hacia donde se espera llegar) de la empresa. Al encontrarnos en la actualidad con el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, resulta obvio que las empresas que incluyen estas prácticas dentro de sus procesos contienen ciertos tipos de objetivos que difieren al resto de empresas que no las aplican.

Si bien es cierto que en la actualidad existe diversidad de metodologías para el establecimiento de objetivos, en el presente apartado de manera genérica se utilizará las metas que se desglosan del Pacto Mundial de las Naciones Unidas de 1999.

En el Pacto Mundial de las Naciones Unidas se hace un llamamiento a las empresas para que incorporen principios universales que protejan y promuevan el efectivo goce de los derechos humanos en el ámbito laboral, medio ambiental, erradicación y lucha contra la corrupción. Estos objetivos a su vez propenden a la consecución de un Desarrollo Socialmente Sostenible.

### ***1.4.1. Propender a una Visión Sostenible de Largo Plazo***

Las empresas socialmente responsables buscan ampliar sus operaciones sin perder su esencia, para lo cual han dejado de limitar la creación de estrategias a un año o dos, tomando en consideración que las estrategias de Responsabilidad Social son cada vez más valoradas por los consumidores es necesario que los desarrollos de estas prácticas se efectúen de manera permanente, es decir sin interrupción a lo largo del tiempo.

Este objetivo surge de la misma necesidad de incorporar los valores y principios de la Responsabilidad Social como parte esencial de la razón de ser de la empresa. Si bien estamos en un mundo que cambia constantemente, las empresas deben ajustarse a estos vertiginosos cambios sin sacrificar las prácticas socialmente responsables que ejecutan.

Otra directriz que emana de este objetivo es que la empresa socialmente responsable lo será a lo largo de su vida, y por ende deberá estar pendiente de incorporar las mejoras que el mundo empresarial desarrolle en materia de Responsabilidad Social, con lo cual se forma un círculo armónico de desarrollo permanente.

Implícitamente dentro de este objetivo se encuentra la generación de indicadores de rentabilidad adecuados que permitan a la empresa cubrir sus costos y generar excedentes destinados a la inversión o ampliación del giro de negocio de la organización.

De lo mencionado anteriormente es necesario hacer énfasis que el nivel de alcance de las estrategias de Responsabilidad Social, estará en proporción a la situación económica y financiera de cada empresa, es decir la respuesta que la empresa de en este tema se ajustará a las condiciones y capacidades de cada entidad.

#### ***1.4.2. Contribuir al Desarrollo Sostenible, Incluyendo la Salud y el Bienestar de la Sociedad.***

Para comprender la dimensión de este objetivo vale aclarar que el desarrollo sostenible es la mejora que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin poner en riesgo los recursos y posibilidades de acceso a las futuras generaciones. De la definición anterior es fácil deducir que una actividad es sostenible siempre y cuando ésta se pueda conservar. De lo anterior se puede concluir que una empresa socialmente responsable es aquella empresa que tiene la capacidad de crear productos y servicios sustentables, por medio de instalaciones, actividades y procesos sostenibles.

La promoción de este objetivo invita a las empresas a preocuparse por los siguientes aspectos:

- Promover la autosuficiencia territorial.- Esto implica olvidar el modelo “Centro periferia” en el cual las ganancias recogidas en la periferia son depositadas en los grandes centros de poder económico, sino más bien propender a un desarrollo equitativo en todas las localidades en las que actúe o tenga presencia la empresa, esto implica apoyar las iniciativas de desarrollo local que estén desarrollando las comunidades, la ejecución de este tipo de estrategias logran asegurar que la actividad económica realizada por la empresa contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de todos.

- Reconocer la importancia de la naturaleza para el bienestar humano.
- Es decir introducir en sus procesos productivos prácticas amigables con el medio ambiente, que eviten el uso intensivo de recursos especialmente de los no renovables, entre ciertas estrategias que las empresas pueden aplicar podemos mencionar: utilización de empaques biodegradables, promover campañas de reciclaje o reutilización, utilización de tecnologías y energía limpia.

### ***1.4.3. Tomar en Consideración las Expectativas de las Partes Interesadas.***

Las relaciones comerciales y productivas no pueden gestionarse de manera aislada, ni tampoco pueden prescindir de la interacción de los diferentes actores que participan de este proceso, es por ello que el saber escuchar y respetar las opiniones de los stakeholders contribuirá a consolidarnos como una empresa socialmente responsable.

Analizar las expectativas que tienen todos los interesados puede resultar un ejercicio muy cansado y extenso puesto que cada persona tiene sus propias aspiraciones, en este sentido las empresas deberán identificar sus stakeholders y determinar cuáles son las características y necesidades comunes que tiene cada grupo.

No obstante, de lo mencionado anteriormente, a continuación, se presentan aquellas consideraciones principales que debe plantearse la empresa para dar cumplimiento a este objetivo.

Fomentar el crecimiento de los colaboradores. - Es importante que la empresa vele por el bienestar de sus empleados, ya que son los que instrumentalizan el desarrollo de la organización. Fomentar con su desarrollo implica atender los siguientes parámetros:

- Establecer una remuneración justa.
- Reconocer sus aportes y logros.
- Dar oídos a sus comentarios y sugerencias.
- Estar en la capacidad de recibir y aceptar feedback por parte de ellos.

Contribuir a su crecimiento profesional mediante la dotación de cursos y capacitaciones.



Una empresa que fomenta el desarrollo de sus colaboradores genera un óptimo clima laboral, lo cual provoca que la empresa no sólo retenga talento humano sino también que lo atraiga.

Invertir en las comunidades. - Es primordial que las empresas inviertan o creen programas para fomentar el desarrollo de las comunidades. Pero que significa invertir en el desarrollo de las comunidades, pues fácil, incrementar la presencia de la empresa en territorio mediante la creación de nuevos empleos, fomentar relaciones comerciales con productores de la comunidad, utilizar mecanismos de producción limpios que eviten la contaminación de dichos sectores, empoderar a la comunidad en los proyectos de Responsabilidad Social que implemente la empresa.

La inversión en las comunidades tiene un efecto multiplicador, muchos pensarían que el beneficio es unidireccional desde la empresa hacia la comunidad, pero la experiencia ha demostrado que una comunidad identificada con una empresa genera múltiples beneficios para la organización desde la reducción de costos hasta el incremento de beneficios económicos producto de la fidelización que llegan a tener con la empresa.

Cadena de suministro responsable. – Un grupo de interesados muy importante corresponde a los proveedores o miembros de la cadena de suministro, es muy importante entablar buenas relaciones con proveedores, contratistas y otros terceros con los que tenga relación la empresa. En la actualidad se ha introducido el concepto de comercio justo que implica precisamente el establecimiento de relaciones comerciales saludables mediante el pago justo de materias primas, libertad de acceso para nuevos productores evitando la presencia de intermediarios, negociaciones más justas y en igualdad de condiciones. Adicionalmente un aspecto importante en la actualidad que están realizando las empresas socialmente responsables es la facilidad de ingreso para productores locales.

Formar alianzas. - Otro grupo importante que hay que considerar para implementar objetivos socialmente responsables es trabajar de manera coordinada y conjunta con otras empresas y organizaciones mediante el establecimiento de alianzas, obviamente estas empresas deben comulgar con los principios de nuestra organización en materia de Responsabilidad social empresarial.

Aun así, no se formalicen dichas alianzas es importante mantenerse informado sobre las estrategias que están implementado otras organizaciones respecto a responsabilidad social, practicas sustentables y/o sostenibles. Vale resaltar que toda iniciativa que nuestra empresa efectúe en pos de la Responsabilidad Empresarial tendrá mayor eco, siempre y cuando mayor replica y apoyo reciba por parte del entramado empresarial, de ahí que es importante comunicar permanentemente a la sociedad respecto a los avances y resultados que nuestra organización ha logrado a fin de que aquellas buenas prácticas sean replicadas en otras empresas.

Colaborar con la preservación del medio ambiente. - Finalmente una parte interesada muy importante lo constituye el medio ambiente, de ahí que en materia de conservación del ecosistema la principal lucha se enfoque a combatir el calentamiento ambiental, para lo cual las empresas deben fomentar la utilización de energías alternativas limpias, y apostar por elementos de una economía verde.

Ejemplo fácil y cotidiano que evidencian el cambio hacia una economía verde es la reducción de emisiones de carbono, reemplazo de focos incandescentes por lámparas LED, programas de optimización de consumo de energía mediante la utilización de equipos informáticos con menor o más eficiente consumo de energía.

### **1.5. Responsabilidad de las Personas que están Frente a las Empresas**

Como se ha analizado en líneas anteriores la nueva concepción de la empresa no versa únicamente sobre vender productos de calidad a un precio competitivo, el nuevo enfoque exige transmitir hacia la sociedad una nueva cultura empresarial sustentada en la aplicación de ciertos valores éticos.

En los últimos años varios son los ejemplos que han demostrado que “no todo es válido en el mundo de los negocios”, sino recordemos el desplome financiero de la empresa alemana Volkswagen luego que en septiembre 2015 saliera a luz el escándalo de emisiones contaminantes de sus vehículos, colapso del que aún no es capaz de salir ya que su imagen se ha visto seriamente afectada. El ejemplo anterior deja en evidencia que el consumidor ha experimentado un cambio de sus expectativas, no sólo se centra en las características de los productos que le son ofrecidos, sino que demanda ciertos comportamientos éticos de sus proveedores.

El ejecutivo socialmente responsable difiere notablemente del gerente tradicional, esta nueva clase de líder rompe con el esquema tradicional, clásico

y hasta cierto punto cartesiano del gerente que prioriza la maximización de beneficios para los accionistas. El nuevo gerente es una persona que amalgama los conocimientos tradicionales del management, con las nuevas tendencias que se generan en el mundo de los negocios. Antes que nada, es un líder positivo que orienta los esfuerzos de la organización hacia la consecución de objetivos claramente establecidos, y que en todas sus actuaciones deja como sello indeleble la aplicación de criterios y/o principios éticos.

### ***1.5.1. Principales Características de los Gerentes y Directivos Socialmente Responsables***

Chiavenato (1993) respecto al liderazgo señala lo siguiente: “Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos” (p.30).

Muchas son las características que debe reunir un líder, más aún el líder socialmente responsable, sin embargo, de la definición anterior podemos identificar aquellas características esenciales que debe tener la persona que está frente a una Empresa Socialmente Responsable.

- Sólidos principios éticos y morales.

Si mencionamos que una empresa con Responsabilidad Social Empresarial tiene como estandarte principal una cultura organizacional fundamentada en principios éticos, morales y cívicos resulta obvio que el primero en ser llamado a garantizar el uso efectivo de los mismos es el gerente por medio del ejemplo.

Al ser la ética y la moral principios absolutos, su aplicación no puede ser fragmentada, es decir “Se es ético o no”, estas dimensiones no admiten términos intermedios, por ende, desde que surge una orden o directriz emanada de un directivo hasta la entrega del bien o servicio final todas las actuaciones deben ceñirse a principios éticos y morales, así como también a criterios de responsabilidad ambiental.

Como decía Voltaire “Los ejemplos corrigen mucho mejor que las reprimendas” (p.65), por lo que la implementación de una administración socialmente responsable debe fundamentarse en la aplicación efectiva de actitudes éticas, morales y ambientalmente responsables.

- Establecer propuestas generadoras de valor

El ejecutivo, gerente o líder de una empresa socialmente responsable debe tener en mente que su objetivo es el de generar valor para la empresa. La generación de valor debe ser visto desde tres aristas:

- \* Económica
- \* Social
- \* Medioambiental

Esta característica exige que el gerente vea a la empresa desde un punto de vista holístico, comprendiendo que es una organización que forma parte de diversos procesos interrelacionados entre sí, puesto que es una entidad insertada en el mercado, en la sociedad y en el medio ambiente.

Esta nueva concepción implica que el gerente comprenda los impactos de los procesos productivos en estos tres ámbitos, y tome sus decisiones con base a estos conocimientos. Obviamente una administración como esta es mucho más compleja que la visión tradicional de administración gerencial, sin embargo, el no aplicar este nuevo enfoque, generará que todo el sistema colapse ya que existe una simbiosis innegable entre economía, sociedad y medioambiente.

- Liderazgo

Como se manifestó anteriormente toda empresa debe asumir la responsabilidad que tiene con el entorno que la rodea, así como también la de ejecutar las acciones necesarias que le permitan alcanzar una verdadera Responsabilidad Social Empresarial. Precisamente estas acciones tienen su origen en las decisiones que la alta gerencia transmite a cada uno de los componentes de la organización y su cumplimiento y eficacia dependerá en gran medida de la calidad de liderazgo que tienen nuestra plana gerencial.

El liderazgo es sustancial para implementar un programa de RSE, ya que a través de las directrices que emanen de un liderazgo positivo se podrá aterrizar y materializar las estrategias y aspiraciones de la empresa en este tema. De la definición anterior podemos identificar las siguientes características de un líder:

- Capacidad de influir en el equipo

Los colaboradores en una organización tienen, como es natural, distintas perspectivas u opiniones sobre un mismo hecho, y el papel del gerente o líder es permitir que todas estas posiciones confluyan hacia un objetivo en común.

Obviamente no es una tarea sencilla, el poder influir en el equipo implica un conocimiento profundo de la organización, conocer las motivaciones y personalidades de los equipos de trabajo, saber identificar fallar y realizar mecanismos de feedback inmediato, saber reconocer los puntos positivos del equipo, ser firme en lo importante, pero permitir la flexibilidad de emprender cambios positivos derivados de aportes del equipo.

Ciertamente las estrategias señaladas en el párrafo son muy útiles sin embargo carecerían de efecto si el líder no está posicionado como modelo en la mente del equipo y de toda la organización.

- Mantener una comunicación abierta

En el mundo empresarial se entiende como comunicación abierta a la capacidad que tienen todos los miembros de una organización, de acceder y compartir recursos de comunicación, si bien es cierto éste es un concepto muy valorado en las empresas, la verdad es que muy pocas la utilizan. En el mundo actual, la evidencia indica que las empresas pueden sobrevivir sin una comunicación abierta, pero muy pocas prosperan sin ella. Es por ello que para lograr que este valor cale en una empresa con Responsabilidad Social Empresarial es necesario cimentar una base sólida de confianza y compromiso en todos los miembros de la organización.

La confianza y compromiso genera el entorno propicio para que todos los miembros del equipo manifiesten y comuniquen con libertad sus ideas para mejorar los procesos que se generan en la empresa. Además de llevar a cualquier trabajador hacia un nivel más alto de rendimiento. La comunicación es muy importante por cuanto permite compartir de manera clara los objetivos que persigue la empresa, lo cual a su vez genera la alineación con la misión y visión de la empresa.



## **Capítulo 2. Una Aproximación Conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial**



### **2.1. Introducción**

La responsabilidad social empresarial está vinculada directamente con las prácticas empresariales que conlleven el logro de sus metas económicas y financieras, pero con acciones que no dañen el medio ambiente y fortalezcan las relaciones con la comunidad en general. Lejos de ser considerado como un costo, la mayoría de las empresas lo ven como una alternativa o estrategia para alcanzar un mejor posicionamiento dentro del mercado y lograr nuevas alianzas con sectores emergentes.

El presente apartado pretende dar una visión global de la Responsabilidad Social Empresarial, situación que permite conocer su ámbito de aplicación, objetivo y algunas teorías sobre los beneficios que brinda en las organizaciones que ya la utilizan. Otro factor que se considera es la evolución que ha tenido, y como las organizaciones se alienan cada vez más a los preceptos globales para su eficaz funcionamiento.

## 2.2. La Responsabilidad Social en el Mundo

La Responsabilidad Corporativa (Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial - RSE) se ha convertido en un pilar fundamental para las empresas a la hora de diseñar sus estrategias a mediano y largo plazo. La implicación de las organizaciones en su entorno define un nuevo paradigma empresarial en el que se perfila, como parámetro estratégico, la puesta en valor de una actuación responsable en materia social y ambiental, compatible con la rentabilidad económica.

Es importante que las empresas conozcan los orígenes de este nuevo paradigma a fin de no confundir la responsabilidad social empresarial con lo que es filantropía empresarial y balance social.



Figura 3. Responsabilidad Social Empresarial

Fuente: Giuliana Illich y Emilio García

Según Giuliana Illich y Emilio García Vega en su libro *El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el mundo*, “la responsabilidad social es un concepto que aparece de forma explícita a mediados del siglo XX. Sin embargo, se puede afirmar que, en términos éticos y morales, esta ha estado presente desde los inicios de la historia de la humanidad a través de normativas para garantizar correctas prácticas comerciales. En las culturas griega y romana, las actividades comerciales fueron consideradas como un



mal necesario, apareciendo restricciones filosóficas sobre el trabajo de los mercaderes. Posteriormente, en la Edad Media continuaron las restricciones religiosas planteadas por la iglesia católica, que consideraba como despreciables las actividades comerciales y de negocios. Hacia el siglo XIII, ante el crecimiento del comercio en las ciudades europeas, Santo Tomás de Aquino estableció el concepto del precio justo determinado por los mercados y los márgenes de utilidad razonables obtenidos en el proceso de comercio. La ideología judía favorable al capitalismo, la Reforma y el nacimiento de la ética protestante hacen que el comercio ya no sea visto como una labor denigrante. Entre los siglos XV y XIX el comercio y las industrias crecen de forma sostenida, convirtiendo a la ética capitalista en un eje fundamental del desarrollo de la humanidad.

Luego de la Revolución Industrial de fines del siglo XIX, las empresas cobran un rol mucho más protagónico en el sistema. Sin embargo, a raíz de la crisis de 1929, la labor empresarial es cuestionada, optándose por estados con mayores atribuciones --lo que se mantuvo hasta pasada la segunda guerra mundial--. Es a partir de la década de los cincuenta que las compañías empiezan a consolidarse. Así, las grandes corporaciones empiezan, poco a poco, a manejar los hilos de la economía mundial hasta llegar a la situación actual en la que las grandes empresas son más poderosas, en términos económicos, que la mayoría de los países. En esta consolidación, se ha sugerido una serie de obligaciones a la labor empresarial, las cuales toman cuerpo en lo que se conoce como Responsabilidad Social Empresarial (1930) y que se fundamentan en la importancia de las mismas en el sistema. En 1965, época conocida como de activismo social, se fue incrementando este concepto, que motivó a una mayor reglamentación gubernamental en diversas áreas. En ese tiempo aparecen los movimientos sociales (1968-69), cambios en las exigencias de los consumidores, aparición de la responsabilidad social en Latinoamérica, así como el modelo empresarial y el balance social”.

Según Giuliana Ilich, “en lo que se refiere a Latinoamérica, las primeras manifestaciones del movimiento de responsabilidad social se presentaron en la década de los sesenta. Así, en 1965 aparece la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE), que para 1977 mutaría a la ADCE UNIAPAC Brasil, institución que se preocupa por difundir el concepto de responsabilidad social no solo en el Brasil, sino en toda la región. (...) Asimismo, algunas empresas brasileras empiezan a utilizar de manera incipiente el balance social. En los noventa, comienza a aparecer una serie de

instituciones promotoras del tema, como Perú 2021 (ingresa en el tema en 1996), el Instituto Ethos de Brasil (1998), Acción RSE (2000), Fundemás de El Salvador (2000), entre otras.

En el año 1997, un grupo de 150 empresarios y líderes civiles representantes de diferentes regiones de las Américas, se reunieron en un congreso pionero en Miami, donde se lanzó la idea de una alianza hemisférica de organizaciones empresariales de RSE y otras (ONG, universidades e instituciones públicas), consiguiendo así la creación de Fórum Empresa. Actualmente, la red cuenta con 16 miembros y su sede se ubica en Santiago de Chile.”

La década del 80 se caracterizó por una mayor conciencia de la globalización económica y por campañas intensas de movimientos ambientalistas y ecologistas. Por entonces, Peter Drucker y Minzberg ya hablaban de la responsabilidad social empresarial.

### **2.3. La Responsabilidad en el Ecuador**

En general, en los últimos años también la situación de las obligaciones legales de las empresas en el país ha cambiado mucho y se exige más responsabilidad, sostenibilidad y cumplimiento por parte del Estado ecuatoriano. Hay varias organizaciones que tratan de concientizar, apoyar e incentivar el sector privado y público en sus actividades y caminos hacia la RSE. El trabajo de estos actores es muy importante, ya que crean redes que se extienden cada día más y permiten dar más importancia y peso al mismo.

Quito lleva un importante liderazgo en el tema, contando con el Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social, que está compuesto por representantes del sector público, productivo, actores de la economía popular y solidaria, universidades y muchos más. Esta diversidad dentro del Consejo tiene todo el potencial de crear una interesante dinámica tratando de ser un espacio de diálogo y participación institucionalizado, donde los actores pueden expresarse y proponer acciones y medidas para generar un territorio competitivo y sostenible. A pesar de todo lo que se ha alcanzado, está muy claro que lo fundamental no se ha logrado todavía: crear una cultura de RSE que significa una inmanencia del tema en las gestiones empresariales en general.

La RSE sigue siendo algo limitado a un cierto círculo que en muchos casos se trata de una moda que siguen sobre todo las empresas grandes que logran

proyectos de gran alcance y los correspondientes beneficios publicitarios. Las iniciativas de pymes son mucho menos conocidas y por ello sacan menos beneficio, lo cual resulta en menos motivación e interés. No se conoce a ciencia cierta si en las empresas existentes en el resto de las provincias toman y consideran a la responsabilidad social como un punto importante dentro de su desarrollo

Por otro lado, las pymes son marginadas en este tema porque piensan que no pueden hacer mucho debido a que no tienen mucho presupuesto. No tienen los conocimientos ni las ideas sobre RSE para poder adaptarla a su realidad y definir proyectos o estrategias que estén a su alcance. Por esto se considera que el actor reglamentador, el Gobierno del Ecuador en este caso, debería crear medidas de apoyo, especialmente para pymes, y así posibilitar y reconocer esfuerzos en esta área.

Para anclar la acción responsable dentro de las gestiones empresariales es necesario dar una mano al sector empresarial. Con esto no quiero decir que el Estado es el que a la final tiene que asumir la responsabilidad para la empresa, sino más bien, que tiene que encontrar la manera de trabajar en conjunto para aprovechar sinergias y crear nuevas dinámicas, ya que es el actor que puede definir un marco de acción dentro de una economía.

Una buena herramienta en este sentido son proyectos público-privados que permiten perseguir fines comunes y beneficiar a todos los participantes. Crucial es que la empresa privada asuma el rol de líder en el proyecto para lograr el ownership que llevará al actor privado a asumir su compromiso y ser consciente de su rol tanto en el proyecto como en sus futuras actividades

## **2.4. Fundamentos de la Responsabilidad Social**

La Responsabilidad Social Empresarial es el: “Concebir mercados fundamentado en compendios moralistas y acoplados a la ley. Las empresas poseen un rol ante la comunidad, ante el medio en el cual maneja. La disposición de hacer estos negocios rentables, de forma ética, y basados en la legalidad es efectivamente trascendental, ya que con esto se genera:

- I. *Productividad:*** a través de altos contextos para el cliente interno que lleva a mejor custodia de talentos y por ende menores índices de rotación;

- II. Lealtad del Cliente:** compensando sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas. Además de calidad y precio, los clientes empiezan a demandar información de las condiciones de producción, las certificaciones que tiene el producto, entre otras; y
- III. Acceso a Mercados:** por cumplimiento de estándares y certificaciones exigidas por actores externos, incluyendo consumidores.
- IV. Credibilidad:** la empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse y generando confianza.

La Responsabilidad Social Empresarial es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del Desarrollo Sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios. Las empresas deben pasar a formar parte activa de la solución de los retos que tenemos como sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero.

#### **2.4.1. Objetivo Principal de la Responsabilidad Social**

La RSE radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan. Estas deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su empresa, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa.

Las empresas pueden orientar sus prácticas responsables hacia el interior de la empresa o hacia fuera de la misma. En cada caso ya sea interno o externo, existen diferentes públicos interesados hacia donde puede focalizar su acción.

Algunos públicos interesados están a lo interno de la empresa, como lo son los colaboradores, accionistas, y la alta gerencia, por ejemplo. A lo externo de la empresa, encontramos a los proveedores, clientes, y la comunidad en general.

#### ***2.4.2. Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial.***

La pirámide es una herramienta que ha sido creada con el propósito de ayudar a las empresas a definir las áreas de acción en términos de responsabilidad social empresarial. Es a través de la pirámide que las empresas forman criterios para priorizar políticas de RSE.

En el área interna, estas prácticas están enfocadas en valores y transparencia que definan el actuar de la empresa, e inciden directamente en los actores internos (colaboradores). Las prácticas externas están vinculadas a toda la cadena productiva (proveedores, consumidores / clientes). Además, abarcan temas como el respeto al medio ambiente, las comunidades que los rodean y al Estado.

Las empresas socialmente responsables deben serlo en principio desde su interior porque su principal responsabilidad es con sus colaboradores, que finalmente son los que hacen posible el negocio. Una empresa que no enfrenta problemas internos, en donde sus colaboradores se identifican con ella y que tiene una trayectoria transparente en términos del cumplimiento de la ley, garantiza mayor éxito en el resultado de sus acciones y les provee mayor legitimidad a sus prácticas a lo externo.

Una vez cumplidos estos requerimientos fundamentales, la empresa puede enfocarse hacia la dimensión externa y tendrá mayor impacto positivo. Esto se debe a que en una empresa en la que se adoptan valores éticos, existe transparencia en las operaciones y se cumple con los requerimientos legales, transmite mayor confianza a lo externo con sus proveedores, clientes, gobierno y con la sociedad en su conjunto.

Ampliando el círculo de influencia de las empresas, estas deberán actuar buscando generar una vinculación con los planes de comunidad, los planes municipales, los planes departamentales, y finalmente los planes de nación.

Si logramos que estas prácticas sean parte de nuestra estrategia empresarial, de nuestra forma de hacer negocios los 365 días del año y que todos los

colaboradores de nuestras empresas viva esta nueva cultura empresarial, se tendrán personas que contribuyan conscientemente con sus acciones al éxito de las empresas, convirtiéndolas en empresas líderes y ejemplos dignos de seguir.

Es importante resaltar lo señalado por la CEPAL (2007) indica que, las organizaciones de Latinoamérica y el Caribe han mostrado relevantes adelantos en la responsabilidad social empresarial (RSE), como consecuencia de prácticas gerenciales tendientes a equilibrar las metas económicas con las metas del medio ambiente y sociales, dados el efecto que dichos últimos poseen sobre la imagen y fama de la organización.



Figura 4. La pirámide de RSE

### 2.4.3. La Teoría de los Stakeholders y el Bien Común

Al ser el hombre un ser social. El sujeto y el fin de la sociedad y de todas las instituciones son y deben ser la persona humana. De acuerdo con ello ¿Cuál es el bien común de las empresas? No necesariamente es el volumen de las ventas, ni los beneficios, ni la creación de empleo, ni el prestigio de sus directivos, aunque todo esto puede formar parte de ese bien común. Es el cumplimiento de su fin como empresa: la creación de aquellas condiciones que permiten a sus miembros, a todos los que participan en la empresa.

¿Quiénes son los stakeholders?, Argandoña (1998) menciona que son cualquier grupo de individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los

objetivos de la empresa, esto indica que son todas las personas que de manera directa o indirecta influyen en el desempeño de las empresas.

#### ***2.4.4. Libro verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas.***

Son las bases de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la política de la Unión Europea. La publicación del libro verde de la Comisión Europea “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, en el año 2001, tuvo por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo puede fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas en los ámbitos europeo e internacional y, en particular, sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. A lo largo de todo el libro verde se dan pautas sobre aspectos relacionados con la responsabilidad social, tanto con la dimensión interna como externa de la empresa. También aborda la integración de la gestión de la responsabilidad social en la estrategia organizacional, la elaboración de informes de sostenibilidad, el etiquetado de productos y servicios, la calidad en el trabajo y la inversión socialmente responsable.

#### ***2.4.5. Foro Multistakeholder***

El Foro Multistakeholder de Responsabilidad Social Empresarial fue creada en el año 2002 con el apoyo de la Comisión Europea, con el objetivo de agrupar a sindicatos, empresas, ONGs europeas, etc., para promover la innovación, la convergencia y la transparencia en las prácticas y herramientas de responsabilidad social corporativa.

#### ***2.4.6. Comunicaciones de la Comisión Europea***

Una comunicación es un documento de reflexión sin ningún carácter normativo. La Comisión toma la iniciativa de publicar una comunicación cuando desea presentar sus propias ideas sobre un tema.

Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la responsabilidad social de las empresas (2006), que propició la creación de la denominada Alianza Europea para la RSE, al concluir este comunicado en la necesidad de crear una asociación entre todas las partes

interesadas como vehículo para movilizar los recursos y capacidades de las empresas europeas y sus grupos de interés, en aras del desarrollo sostenible, crecimiento económico y la creación de empleo.

## **2.5. Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema que ha cobrado especial importancia en las últimas décadas. “Dicha importancia se ha visto plasmada en un contexto internacional por la proliferación de normativas e índice cuyo objetivo fundamental es establecer patrones en donde las empresas divulguen información respecto a las prácticas en temas relacionados a la RSE” (Valenzuela, Jara y Villegas, 2015, p. 330).

Antelo y Robaina (2015) sostienen que “la responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general” (p.59). Una empresa socialmente responsable es aquella cuyos directivos y propietarios son conscientes del efecto que las operaciones de la organización pueden ocasionar al interior y al exterior de la compañía. A esto, Henríquez & Orestes (2015), agregan que “*la RSE no pretende que los integrantes de una organización actúen éticamente, sino que la compañía promueva este valor y lo haga propio de su cultura organizacional*.” (p.18)

En esta línea se debe señalar, que la RSE no solo está enfocada en la generación de valor agregado o a la obtención de mejores resultados financieros, sino que adicionalmente compromete en su atmósfera a actores internos como los colaboradores y accionistas, y actores externos como clientes, proveedores y distribuidores, considera que el rendimiento económico permite a una empresa crecer, la gestión de sus procesos y su transparencia le permiten sostenibilidad, es decir, existencia en el tiempo (Henríquez y Oreste, 2015).

Las prácticas de RSE y el desarrollo académico de todo lo concerniente a la responsabilidad social y al desarrollo sostenible han presentado un aumento en su importancia, al respecto Henríquez y Oreste (2015) señalan un notable aumento en el reconocimiento de las prácticas de RSE en la sociedad en general. Cada vez términos como normas ISO, huella verde, memoria de sostenibilidad, entre otros, son mayormente utilizados por empresas a nivel mundial. A mediados del siglo XX, Cutlip y Center (2015) presentan propuestas argumentadas en estudios sobre la RSE, plantea que el entorno



constituye el suprasistema social de todas las organizaciones, tienen estas que adaptarse a él con la finalidad de poder perdurar en el tiempo, a la vez que señalan la importancia de dialogar con los diferentes públicos para alcanzar un entendimiento que admite permanecer en el largo plazo.

A partir de un análisis comparativo de diversas definiciones de la literatura existente acerca de la RSE, Dahlsrud (2008) define la responsabilidad social empresarial como un conjunto de políticas que las empresas deciden adoptar libre y voluntariamente con la finalidad de contribuir de forma adecuada a la sociedad, contribuye con la conservación del medio ambiente y mantiene relaciones beneficiosas con determinados grupos de interés. Así también Torassa (2010), menciona que la responsabilidad social no es una carga o un coste hundido para una empresa, sino que es un verdadero factor esencial de supervivencia: aquellas firmas que descuidan este aspecto corren serios riesgos de perder su legitimidad social y, por tanto, el papel económico que detentan.

La implementación de políticas de RSE afecta positivamente al rendimiento de una empresa y al posicionamiento de una marca, Kotler y Lee (como se cita en Valenzuela, Jara y Villegas (2015) consideran que si existe un aumento en la fama de las organizaciones, estas potencialmente permanecen en el interior de una obtención de beneficios a lo largo de períodos más prolongados, que tienen la posibilidad de resolver de forma más robusta cualquier situación adversa y conforman pilar necesaria para cualquier idealización estratégica en las organizaciones

De hecho, se considera que “para instituir una política RSE y establecer el liderazgo necesario para implementarla, una organización no solo debe realizar acciones concretas o desarrollar ciertas prácticas, sino que debe llevarla más allá, e incorporar políticas de RSE como parte de la visión y misión, y de sus prácticas diarias”. (Henríquez y Oreste, 2015, p. 15)

Tan importante como la institución y aplicación de una política de RSE, es llevar a cabo un proceso de medición de los resultados obtenidos por la implementación de dichas políticas de RSE. En el año 2001, la Comisión de las Comunidades Europeas como se cita en Valenzuela, Jara y Villegas, (2015) se desarrolla una investigación enfocada en la medición de las prácticas de RSE sobre el entorno, con base a una perspectiva de grupos de interés y de accionistas, consideran las siguientes cinco dimensiones: económica, legal, social, ética y medioambiental. Es posible llegar a plantearse que la RSE es una práctica que

está unida y exclusivamente dirigida a empresas multinacionales o de gran tamaño, sin embargo, se debe señalar que, por su naturaleza, los principios de la responsabilidad social y su potencial estratégico son perfectamente aplicables a cualquier empresa, indiferentemente de su tamaño (Torassa, 2010).

Pero ¿Son estas políticas de RSE una moda pasajera? ¿Están todas las empresas destinadas a su aplicabilidad? Celli (2015) manifiesta que “las tendencias indican que la RSE vino para quedarse, a medida que el problema del desarrollo sostenible se haga más agudo y que los estados sigan perdiendo poder regulatorio como consecuencia del proceso de globalización, la RSE y su nueva institucionalidad adquiere mayor relevancia.” (p.37)

El concepto de la responsabilidad social empresarial debe entenderse como parte de un proceso de transformación evolutivo que el mundo empresarial ha tenido que llevar a cabo para pasar de sociedad industrial antigua, a una más actual, globalizada y responsable, consciente y comprometida con la conservación del medio ambiente y de la sociedad en su conjunto (Evans, 2010).

### ***2.5.1. Las Dimensiones y Ámbitos Estratégicos de la Responsabilidad Social***

Para conocer plenamente todo lo que encierra este concepto tan amplio, como lo es la responsabilidad social, es importante destacar las seis dimensiones que la conforman, mediante estas se puede realizar un análisis y aplicabilidad más integral hacia la organización. Las personas y las sociedades en las cuales interactúan tienen diferentes niveles de responsabilidades, las mismas se pueden agrupar y definir de acuerdo con lo planteado por Ulla (2003); y posteriormente Lacruz (2005) quienes plantean la división de las dimensiones en tres grupos: internas, medio ambientales y externas. En ellas están contenidas las seis mencionadas que se explican a continuación:

La primera dimensión es la *económica interna*, esta hace referencia al hecho de que se espera que la empresa sea sustentable económicamente en el tiempo, es decir, que genere utilidades y se mantenga a flote en el mercado. Esta dimensión prioriza la generación y distribución del valor agregado no solo de acuerdo con las condiciones del mercado, sino que también se considere la equidad y la justicia entre accionistas y colaboradores (Ulla, 2003).

La segunda dimensión es la *económica externa* que principalmente apela a la participación activa de la definición e implantación de planes económicos para su país o región. Dentro de esta dimensión se considera el aporte impositivo de las organizaciones a las instituciones públicas, así también como la generación y distribución de servicios y bienes que son útiles y rentables para la comunidad dañada de dichos recursos (Ulla, 2003).

En la dimensión *social interna los proveedores*, directivos, inversionistas y colaboradores comparten y subsidian la responsabilidad que tienen para con una buena calidad de vida, excelentes condiciones de trabajo y el pleno desarrollo de todos en lo que respecta a competencias y habilidades profesionales (Ulla, 2003).

La cuarta dimensión es la *sociocultural y política externa* que resume la aportación y la realización de acciones adecuadas para preservar y mejorar el mercado en el cual se desarrolla la organización, la comunidad que la rodea y los recursos que utiliza, donde no solamente se requiere de apoyo económico, sino también de apoyo con recursos y tiempo (Ulla, 2003).

En la dimensión *ecológica interna*, se implica la absoluta responsabilidad sobre cualquier tipo de daño ambiental que ocasiona la organización, por la realización de sus procesos productivos, productos terminados o subproductos derivados, por tanto, incluye la prevención y reparación de estos, ya sean causados o llegados a causar (Ulla, 2003).

Por último, la dimensión *ecológica externa*, son todas aquellas acciones que realizan las organizaciones para la preservación general del medio ambiente, independientemente de los recursos que utiliza, sus niveles de contaminación o el territorio en el cual se encuentra (Ulla, 2003).

Cajiga (2013), afirma que una vez que se tenga claro lo que encierra cada una de las dimensiones de la responsabilidad social, se puede establecer las estrategias que las empresas llevan a cabo, ya que, a través de estas acciones concretas dentro de su entorno, su mercado y contexto se pueden asociar con otros actores que comparten los mismos intereses o estrategias ambientalmente responsables, que garantice sostenibilidad a mediano o largo plazo.

La Responsabilidad Social Empresarial reconoce cuatro líneas o ámbitos estratégicos de aplicabilidad que son (Cajiga, 2013):

- Ética y gobernabilidad empresarial.
- Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo).
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
- Cuidado y preservación del medioambiente.

Todas las dimensiones y ámbitos estratégicos explicados con anterioridad requieren de una aplicación muy planificada y organizada dentro de las organizaciones, de tal manera que la visión y misión de la organización se alinean a todo nivel con el cuidado y preservación de los recursos, el medio ambiente y la comunidad.

### ***2.5.2. La RSE Ambiental y la Estrategia Corporativa***

No hay mejor manera de realizar excelentes prácticas de responsabilidad social empresarial que integrando la estrategia corporativa con esta visión de preservación y cuidado del medio ambiente, para lo que se necesita la contextualización del significado de una estrategia corporativa a nivel de la RSE Kim y Mauborgne (2009), señala que:

Quando los ejecutivos desarrollan una estrategia corporativa, casi siempre empiezan analizando las condiciones del entorno o del sector en el que operan. Después evalúan las fortalezas y las debilidades de los actores con quienes se enfrentan. Tienen en mente estos análisis sectoriales y competitivos, se lanzan a la elaboración de una posición estratégica distintiva desde donde pueden desempeñarse mejor que sus rivales, construyen una ventaja competitiva (p. 81).

Este enfoque tiene su origen en el sector, es decir, que los directivos desarrollan la estrategia corporativa a partir de un estudio de la industria, sin embargo, con un enfoque en la responsabilidad social y mediante el análisis de stakeholders estratégicos, es posible desarrollar una estrategia sistémica innovadora que puede darle grandes utilidades económicas a la organización.

No cabe duda que absolutamente todas las acciones que realiza el ser humano al momento de producir un bien o entregar un servicio genera un impacto sobre el medio ambiente, dicha situación modifica el equilibrio de los ecosistemas y posteriormente el entorno sufre un sin número de alteraciones que se denominan como impacto ambiental (ACCIÓN RSE, 2007). Accinelli y De la Fuente (2013), afirman que este impacto ambiental puede ser positivo como

negativo, pero normalmente es negativo pues todo proceso industrial tiene fuertes repercusiones medio ambientales por la extracción y explotación de materias primas, su posterior transformación en bienes o servicios, el consumo de energía muchas veces no renovable, así como recursos perecederos y finalmente el desecho de los productos o servicios comercializados por parte de los consumidores. El impacto ambiental de cada industria depende del tipo de producto que fabrique, la materia prima utilizada y el proceso productivo implementado, la intensidad en el uso de los recursos, el tamaño, la localización de la fábrica, la tecnología empleada, las características del entorno y la calidad y eficiencia de las medidas correctoras de la contaminación (Tamayo, Vicente & Izaguirre, 2012). Para disminuir estos efectos se requiere un conjunto integrado de acciones que de acuerdo con ACCIÓN RSE (2007) son las siguientes:

- Prevención y minimización de las repercusiones ambientales en su origen.
- Implementación de medidas correctoras.
- Seguimiento y control de los factores de impacto y de sus efectos en el medio ambiente.
- Evaluación previa de las potenciales repercusiones ambientales y los riesgos derivados de la ejecución de los proyectos (modificación de procesos, sustitución de materias primas, ampliaciones).
- Realización de investigaciones enfocadas a la búsqueda de soluciones para problemas específicos o a la mejora del rendimiento ambiental.
- Capacitación adecuada del personal.
- Integración de la gestión del medio ambiente en la gestión general de la empresa.

Bustos (2016), afirma que: Cuando este conjunto de actividades se encuentra en un cuerpo ordenado e intencionado dentro de la empresa se la llama gestión ambiental, que es la administración del medio ambiente, es decir, el conjunto de actuaciones y disposiciones necesarias para lograr el mantenimiento de un capital ambiental suficiente para que la calidad de vida de las personas y el patrimonio natural sean lo más elevados posible, todo ello dentro del complejo de sistema de relaciones económicas y sociales que condiciona ese objetivo.

En consideración de dichas acciones preventivas se puede tomar como referencia el trabajo desarrollado por Kim y Mauborgne (2009), que habla de tres tipos de propuestas dirigidas a cada uno de los stakeholders estratégicos que garantizan la preservación del medio ambiente y la continuidad de las operaciones comerciales. El primero de ellos es la propuesta de valor para los clientes, propuesta de utilidades para los accionistas o propietarios y propuesta a las personas para los colaboradores.

Según estos autores, la propuesta de valor hace referencia al beneficio (utilidad) que perciben los clientes al adquirir un producto, se le resta el precio y demás costos relacionados a su adquisición. Finalmente, la propuesta a las personas es todos los incentivos que se transfiere a los colaboradores para que se incentiven a contribuir de forma significativa en el desarrollo de las actividades empresariales.

Con una propuesta de valor, atractiva para los clientes, la empresa puede adquirir nuevos compradores fieles en maximizar su rentabilidad en el tiempo. Con una propuesta adecuada a los colaboradores, la empresa puede mejorar el ambiente laboral, el grado de compromiso y la productividad. Finalmente, con una propuesta de utilidades apropiada dirigida a los accionistas, la empresa puede asegurar su vigencia en el tiempo.

### ***2.5.3. ¿Cómo ha Evolucionado la RSE en el Tiempo?***

La evolución presentada por la RSE hizo que esta pasara de simples prácticas de filantropía dentro y fuera de las organizaciones, a incorporar asuntos más trascendentales como el desarrollo sostenible, el cuidado del medio ambiente y los derechos humanos (Fabig y Boele, 1999). Celli (2015), señala que “a comienzos de la década de los noventa, la agenda de la responsabilidad social en el ámbito angloamericano experimenta una inflexión que muy pronto fue acogida por las empresas de los países más avanzados del mundo” (p.35).

Barroso (2008), señala que el mundo empresarial ha vivido un cambio de paradigma, que tiene un menor protagonismo en los resultados financieros y una mayor importancia en aspectos relacionados a la participación y el vínculo de la empresa con el individuo y la comunidad, de tal manera que se asegura una combinación sostenibilidad-competitividad, se inserta de este modo la RSE en la estrategia corporativa de la empresa.

Ante la encíclica “Centesimus Annus” publicada por el Papa San Juan Pablo II en el año 1991, en la que señala la distribución injusta de bienes entre las naciones, la explotación de los bienes sin preservar el ambiente natural y la necesidad de prestar atención a las condiciones y derechos de los trabajadores en el mundo diferentes autores le han otorgado gran importancia al referirse que es el resultado de una gestión óptima y una distribución más justa de los recursos. Entre estos se encuentran: Carrol, Lipartito, Post, Werhane y Goodpaster (2015).

El punto de mayor formalización de la responsabilidad social empresarial se muestra a partir de los mediados de los noventa, en la que se empiezan a edificar una serie de instituciones y tratados, en esa línea. Waddock (2008), analiza una serie de acciones concretas que se han llevado a cabo para una mejor gestión de las prácticas de RSE en cada una de estas iniciativas.

Henríquez y Oreste (2015), complementa lo señalado anteriormente y aportan un dato relevante, al citar que mediante la promulgación de la norma ISO 16000 en el año 2010 se destaca la responsabilidad que tienen todas las organizaciones por los efectos que se generan por sus decisiones y por las actividades que pueden afectar negativamente al medio ambiente y a la sociedad en general. Por esto, la norma insta a las organizaciones mostrar conducta transparente:

- Con la contribución al desarrollo sostenible, lo que incluye salud y bienestar de la sociedad y el medio ambiente.
- Con el cumplimiento de las leyes y compatibilidad con normas internacionales de conducta.
- Con la integración en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones.

Los directivos de millones de empresas en todo el mundo son cada vez más conscientes de que sus acciones están inmersas en una actividad social y empresarial, lo que les ha permitido comprender que su función es fundamental para la sociedad como tal, y que paralelamente la sociedad es indispensable para la sostenibilidad de la empresa y del entorno en general (Evans, 2010). Las empresas han volcado sus esfuerzos en dos vías: la satisfacción del cliente y la satisfacción laboral. En este sentido es importante considerar que la satisfacción del colaborador repercute de forma directa en la satisfacción del cliente, sin que

esta lógica se cumpla en sentido inverso. González (2011), sostiene que mostrar interés por los colaboradores y buscar su satisfacción aumenta la productividad y la competitividad de la compañía.

#### **2.5.4. ¿Cómo Medir la RSE Ambiental?**

Indiferente del área de la organización, cada vez que se ejecuta una actividad se debe identificar cuáles son los resultados obtenidos, para de esta manera evidenciar si el efecto ha sido positivo o negativo para la empresa. Directivos de todo el mundo están cada vez más comprometidos con la medición, se enfoca la búsqueda de variables que permiten, a la compañía conocer el rendimiento neto obtenido en la implementación de determinada actividad.

En línea con la identificación de variables adecuadas para la medición, Carroll (1991) propone un modelo de responsabilidad social empresarial piramidal, compuesto por cuatro tipos de responsabilidades: (1) responsabilidad económica, (1) responsabilidad legal, (3) responsabilidad ética, y (4) responsabilidad discrecional, voluntaria y filantrópica. Con este planteamiento, se propone un alcance muy amplio respecto a las consecuencias que las actividades de una empresa pueden ocasionar en la sociedad.

A partir de lo propuesto por Carroll, existe una amplia literatura académica, como por ejemplo la planteada por Joyner y Payne (2001), los cuales analizan la actitud que muestran las organizaciones respecto a las prácticas y las políticas de RSE, se evalúan determinados aspectos que se pueden aportar en la maximización del desempeño social, mediante un análisis del cumplimiento de cada uno de los factores propuesto por Carroll en su análisis piramidal.

Otros autores se han proyectado en analizar la correlación que existe entre las diferentes variables de la responsabilidad social empresarial; por ejemplo, Orlitzky, Schmidt y Rynes (2003), miden distintas interrelaciones entre variables como reputación corporativa, competencia, aprendizaje, eficiencia y desempeño financiero. A partir de lo planteado anteriormente, Valenzuela et al (2015), proponen que todos los aspectos relacionados a iniciativas de RSE, tienen al final una repercusión en la reputación corporativa y en el desempeño financiero, se afectan así variables como el crecimiento en ventas, la participación de mercados y el rendimiento de las acciones, posicionamiento de la marca y el rendimiento financiero de los clientes. Los beneficios que una empresa puede obtener por la institución de prácticas y políticas de



responsabilidad social pueden ser innumerables, tanto en aspectos internos como la satisfacción del personal, además en aspectos externos a la empresa como en el correcto posicionamiento de la marca.

Por ejemplo, en el blog de la consultante chilena especializada en RSE Insidecom (como se cita en González, 2011) se destaca *“el caso de Avon, empresa comercializadora de artículos cosméticos para mujeres, quien enfatiza en su estrategia comunicacional la retroalimentación con los empleados a quienes da total participación en campañas de RSE como lucha contra el cáncer de mama, esta iniciativa evidentemente ha tenido repercusiones positivas en Avon. El objetivo de Avon es el de mejorar el compromiso, la motivación y la implicación con la compañía por su participación en actividades que van más allá del negocio de la empresa y además crear espíritu de equipo”*.

Algunas de las ventajas de una adecuada gestión de planificación de responsabilidad ambiental según Uribe (2014), en la empresa son:

- Reduce costos de producción, mejora el manejo del riesgo por ende optimiza recursos y genera ahorro de dinero.
- Mejora la imagen corporativa de la empresa, ya que se realizan campañas de marketing con el enfoque del compromiso medio ambiental y el desarrollo sostenible.
- Mejora las operaciones internas como la optimización en la extracción o uso de los recursos usados como materia prima, reduce los desechos y mejora su tratamiento, crea mayor conciencia en los procesos de seguridad y salud ocupacional, desarrolla nuevos conocimientos y disminuye la cantidad de residuos post-consumo.
- Ayuda a mejorar el flujo de comunicación interna que se transmite a los colaboradores, quienes aumentan su conciencia ambiental porque se difunden errores, medidas correctivas y resultados. De esta manera se puede comparar e intercambiar información departamentalmente, a la vez que ayuda a detectar problemas presentes y futuros.
- Prever los riesgos: disminuye los incidentes legales, reduce la exposición a demandas o incumplimiento de normas.

### **2.5.5. Los Stakeholders o Grupos de Interés**

Las empresas no desarrollan sus actividades de forma aislada, sino que lo hacen dentro de un ecosistema del cual participan un sinnúmero de actores, tanto internos como externos a la organización, estos actores son conocidos como stakeholders (grupos de interés en español). Clarke (1997), señala que esta terminología se refiere al interés que un individuo tiene sobre algo o alguien. Lo cual adaptado al mundo empresarial tiene que ver con aquellas personas u organizaciones que poseen determinado interés por una empresa, y que consecuentemente ésta puede satisfacer o no dicho interés generado.

Freeman (1984), los considera como un grupo o individuo que puede tener efectos sobre una organización o que a su vez puede verse afectado por esta. Gruning y Repper (1991), los define como individuo o grupos interrelacionados con la organización a la que pertenece, forman parte de los procesos de actuación de dichas organizaciones con el entorno. Los directivos deben focalizar sus decisiones estratégicas en la búsqueda del bien común, es decir, para maximizar el beneficio (económico y social) tanto de la empresa como de los stakeholders (Míguez, 2007), esto que puede parecer sencillo en teoría, resulta más complicado en la práctica, hay un arduo trabajo que hacer en esta área.

El conjunto de grupos de interés está conformado por actores internos como colaboradores, directivos y accionistas de la empresa, así como por actores externos entre los que se destacan los clientes, distribuidores, competencia, proveedores, gobierno, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones sin fines de lucro y la sociedad en general (Gruning y Repper, 1991).

Darskuvienė y Bendoraitienė (2013), señalan que la calidad de la relación que existe entre la empresa y sus grupos de interés, así como entre los diferentes grupos de actores se ha vuelto crucial para el éxito de una organización, por su capacidad para responder a las condiciones de competitividad del mercado, mantenerse al día con las tendencias mundiales, construir una sólida reputación y ganar aceptación social.

A pesar de que el entorno empresarial esté constituido por una diversa cantidad de stakeholders, se debe considerar que no todos son realmente importantes e influyentes para la organización, en este sentido, Muzy (2013), sostiene que no todos los públicos influyentes son grupos de interés y que adicionalmente no todos estos son influyentes para la organización. Por lo que la empresa

debe desarrollar una gestión adecuada de los públicos, evaluar quiénes son influyentes e importantes para la compañía. Por esta razón, es indispensable definir qué stakeholders se pueden considerar como estratégicos.

Las presiones que se puedan generar desde determinados grupos de interés merecen una gestión adecuada, considera que se pueden afectar significativamente las actividades de la empresa (Verbeque y Tung, 2013). A través de la optimización del vínculo generado con los distintos públicos, la empresa puede beneficiarse ampliamente de sus relaciones con ellos, puede lograr al final del día una verdadera ventaja competitiva respecto a otras firmas competidoras.

De hecho, la reciente crisis económica del año 2008 que se dio a nivel mundial ha puesto en manifiesto la complejidad de los factores que afectan a las economías modernas, tanto por la creciente interdependencia de los actores del mercado, así como la creciente importancia que ha adquirido las relaciones entre los diferentes grupos de interés (Darskuviene y Bendoraitiene, 2013).

### ***2.5.6. Beneficios en las Empresas al Incorporar Prácticas de RSE***

Muchos son los beneficios de implementar estrategias de Responsabilidad Empresarial en una organización. McWilliams y Siegel ( 2001) indican que las estrategias de RSC provocan mayor valor a la empresa, a sus productos y servicios, además que generan diferenciación con relación a sus competidores.

Entre los principales beneficios de implementar RSE en una empresa se listan los siguientes:

- Permiten que las prácticas de negocios coincidan con las expectativas de todos los stakeholders.
- Facilitan que la empresa logre una competitividad sustentable,
- Ayuda a mejorar la imagen corporativa; la reputación y la marca;
- Contribuye a generar fidelización de los clientes lo cual genera un incremento en las ventas; que a su vez mejora el desempeño financiero.
- Crear nuevas oportunidades de negocios y ventajas competitivas.

- Al gozar de reconocimiento en la sociedad, las empresas con RSE aumentan sus posibilidades de reclutar y retener a empleados altamente productivos.
- Permite atraer nuevas inversiones,
- Facilita que sus empresas incrementen su valor y participación en el mercado.
- Estrechan las relaciones de la empresa con la sociedad.

### ***2.5.7. Evaluación en las Empresas Sobre la RSE.***

La implementación de un sistema de RSE es un proceso sujeto a mejora continua, por ende, requiere ser evaluado de manera permanente. La evaluación es muy importante por cuanto permite identificar el grado de cumplimiento de los objetivos empresariales, detectar desviaciones y establecer medidas correctivas que permitan cumplir con las metas propuestas. Vale resaltar que los objetivos planteados deben estar sustentados en indicadores de gestión relacionados con Responsabilidad Social Empresarial. En definitiva, este proceso de medición permite aportar a la generación de valor para la empresa por cuanto orientará las estrategias de la empresa hacia las necesidades de los interesados. Algunos de los criterios que deben incluir los indicadores de gestión enfocados a la RSE son:

- Evaluar el aporte social que tienen los procesos o productos que genera la empresa
- Medir la eficiencia y eficacia de las estrategias implementadas
- Evaluar el coste-beneficio de dichas estrategias
- Permitan determinar el cumplimiento de los plazos establecidos para la estrategia
- Determinar el grupo de beneficiarios o número de stakeholders beneficiados
- Permitan evaluar el grado de satisfacción de las estrategias desarrolladas.

Si bien es cierto que es importante contar con un mecanismo de evaluación, este proceso de evaluación tendrá éxito en la medida que estos parámetros

sean comunicados y socializados a toda la organización. Esta comunicación permitirá que los colaboradores conozcan los objetivos que persiguen la empresa y lo que espera conseguir.

### **2.5.8. *Perspectivas de la RSE***

La Responsabilidad Social empresarial en la actualidad es un tema relevante en la gestión empresarial, el aplicar En el mundo académico, el estudio de la Responsabilidad Social Corporativa ha cobrado relevancia. Cuando más se hace evidente la ausencia de una clara guía ética empresarial, cuando las escuelas de administración decretan como obligatorio los cursos Responsabilidad Social Empresarial y cuando más empresas ostentan el distintivo “responsable”, es justamente el momento en que la credibilidad y legitimidad de la RSE parece estar en su más bajo nivel y el cinismo parece ser lo que prevalece en el medio por ello surgen las preguntas: ¿vale la pena insistir en los estudios e investigaciones en materia de RSC o debe abandonarse como una pieza más de la ideología capitalista? ¿Puede la RSC mitigar el capitalismo salvaje y global o sólo logra fortalecerlo? Frente a este inquietante panorama, se propone revisar el tema de la conducta ética y socialmente responsable de los directivos y de las empresas a la luz del nuevo institucionalismo (NI), que postula que todas las sociedades imponen a sus miembros reglas para encauzar la conducta humana y evitar el caos. Tales reglas, de acuerdo con North (2005) son manifestaciones del sistema de creencias y guían tanto la acción humana como la organizacional; mientras que para otros autores el institucionalismo puede hacer la diferencia entre desarrollo y subdesarrollo (Acemoglu & Robinson, 2012). Por lo anterior, resulta pertinente plantear la pregunta: ¿es factible que la Responsabilidad Social Corporativa pueda arraigarse y mejorar el panorama de la conducta empresarial antes bosquejado? Algunos vislumbres que pueden percibirse desde el NI ante la cuestión antes planteada se presentan enseguida, de acuerdo con el siguiente esquema: en una primera sección se define la RSC y se explicita su relación con el NI; en seguida se abordan tres aspectos claves de la RSC desde la perspectiva institucionalista como son: la autorregulación, la estandarización y la certificación.

## 2.6. Casos Exitosos de Empresas por su Responsabilidad Social

En junio de 2020, RepTrak Company publicó el ranking denominado “2020 Global RepTrak que reconoce a las empresas más reconocidas a nivel mundial desde las perspectivas de: Desempeño Financiero, Innovación, Productos & Servicios, y Responsabilidad Corporativa. Este estudio se desarrolló mediante encuestas dirigidas a una muestra de 78,988 personas alrededor del mundo, y abarcó un total de 295,580 empresas.

El top 10 de empresas reconocidas mundialmente por su Responsabilidad Social Empresarial se muestra a continuación: LEGO, The Walt Disney Company, Rolex, Ferrari, Microsoft, Levi´s, Netflix, Adidas, Bosch, Intel.



Figura 5. Empresa ROLEX

Fuente: Portal ROLEX

Con el objetivo de profundizar el grado de madurez que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial posee en el mundo actual, que mejor que explorar las estrategias que las tres empresas más reconocidas a nivel mundial han desarrollado en este componente.

Lego - Es una empresa internacional dedicada a la fabricación de juguetes infantiles, en la actualidad esta empresa es reconocida mundialmente por su Responsabilidad Social Empresarial, ya que se compromete con diferentes grupos de interés, es una marca que se caracteriza por atender las exigencias y necesidades de sus consumidores. En la actualidad la empresa se ha embarcado en el fomento de la equidad de género, para lo cual ha desarrollado juguetes más inclusivos y diversos para niñas. Parte de sus estrategias en esta materia las ha conseguido mediante su plataforma *LEGO Ideas* en la cual los usuarios

sus grupos de interés pueden compartir ideas o proponer nuevos temas para la empresa.

Este es un ejemplo claro de fidelización del cliente, que la empresa ha conseguido mediante el involucramiento de sus usuarios y los resultados saltan a la vista ya que desde el 2017 esta empresa se encuentra dentro del top 10 de empresas con mejor percepción en el público en lo que respecta a Responsabilidad Social.

The Walt Disney Company - La estrategia de la gigante empresa de entretenimiento es la de convertirse en un buen ciudadano corporativo. Su modelo de Responsabilidad Social Corporativa incluye a consumidores, clientes, empleados. La compañía ha ajustado sus procesos a los requisitos ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

Rolex - Esta empresa de origen suizo, que en los últimos años ha logrado reconocimiento internacional en el ámbito de Responsabilidad destaca por sus contribuciones en la conservación del medio ambiente. Según información del portal electrónico Rolex.org sobresalen las siguientes iniciativas:

- Campaña Perpetual Planet, que en colaboración con la National Geographic Society permite recopilar información climática,
- Iniciativa Mission Blue de Sylvia Earle que busca proteger los océanos a partir de una red de áreas marinas protegidas denominadas Hope Spot.
- Premios Rolex que reconocen la labor de personas con proyectos capaces de potenciar el conocimiento y proteger nuestro bienestar y el medio ambiente.
- Con sus campañas denominadas Perpetual realizan contribuciones al desarrollo de la ciencia y las artes.

La visión que tiene la empresa al desarrollar todas estas iniciativas están orientadas en términos de la propia empresa “Hacer del planeta un lugar impecadero”.

Aunque no se encuentran en el Top 10, vale la pena analizar las estrategias de las dos únicas empresas que se encuentran en el Top 100 de este ranking que se dedican a la prestación de servicios financieros:

Visa - Esta multinacional con sede en los Estados Unidos, ocupa el lugar 39 del ranking de empresas reconocidas mundialmente por sus estándares de Responsabilidad Social Empresarial, entre las estrategias que aplica se encuentran:

- **Diversidad e inclusión.** - Con la cual buscan generar un clima laboral adecuado para sus servidores, en términos de la empresa con esta estrategia se quiere hacer de VISA el mejor lugar para trabajar, este componente se basa en el respeto de los derechos laborales, así como la inclusión de grupos generalmente relegados, con lo cual VISA quiere enriquecer su cultura organizacional con personas diversas.
- **Diversidad de proveedores.** - Esta estrategia se resume básicamente en la aplicación de políticas de comercio justo, según la empresa (VISA, 2016) busca continuamente el mejor servicio, calidad y valor al mejor precio, promoviendo relaciones mutuamente beneficiosas con una amplia y diversa base de proveedores. De manera especial su prioridad es entablar relaciones comerciales con grupos de minorías: mujeres, personas con discapacidad, miembros de grupos LGBT, PYMES o empresas ubicadas en zonas de negocios históricamente infrautilizados.
- **Administración del medio ambiente.** - Aumentar la eficiencia, reducir costos y disminuir el impacto ambiental en los procesos que genera la empresa es uno de los principales objetivos de VISA, actualmente están trabajando para obtener la certificación en Liderazgo en Energía y Diseño Medioambiental (LEED, Leadership in Energy and Environmental Design) que es una certificación muy reconocida a nivel mundial para edificios ecológicos. Otra estrategia es la reducción del uso de papel.

MasterCard - Esta multinacional de servicios financieros con sede en Nueva York – Estados Unidos establece su responsabilidad social empresarial en tres ejes:

- **Social.** - En este eje la empresa busca la sustentabilidad social mundial, brindando mayor acceso al sistema financiero en el mundo, adicionalmente los procesos de reclutamiento de la empresa son inclusivos siempre se busca colaboradores que contribuyan con diversidad en la empresa. Otro punto es la capacitación y asesoramiento a grupos de minoría a través de su Centro de Crecimiento Inclusivo de Mastercard. En todos sus procesos están comprometidos con la equidad



de género. Finalmente, la compañía maneja un programa de Filantropía corporativa con la cual tratan de impactar positivamente en el mundo.

- **Gobernabilidad.** - Con este eje la compañía busca la realización de negocios de forma abierta y transparente. Para la cual ha implementado una robusta estructura de riesgo y programas de cumplimiento
- **Ambiental.** - En este eje la empresa busca la creación de prácticas empresariales sustentables, disminuir la huella ambiental mediante la conservación de energía, reciclaje y control de contaminación.

A manera de resumen, las grandes empresas a nivel mundial con el pasar de los años han madurado sus estrategias de Responsabilidad Social Corporativa, a tal punto de incluir dichas prácticas como parte esenciales de sus actividades diarias. Es común encontrar en todos estos casos, estrategias integrales de responsabilidad social, enfocadas simultáneamente a promover iniciativas de inclusión social, responsabilidad ambiental y buen gobierno corporativo.

### ***2.6.1. Experiencias de las Empresas sobre la Responsabilidad Social en Ecuador***

A fin de identificar el grado de aplicación de estrategias de Responsabilidad Empresarial en Ecuador, es pertinente analizar el desempeño que los principales grupos económicos del país han desarrollado en torno a esta temática. La justificación de evaluar este grupo en específico radica en que según datos del Servicio de Rentas Internas al año 2019 en el país existían 270 grupos económicos cuyos ingresos representaron el 62% del PIB de Ecuador en el mencionado año, ciertamente esta cifra revela la importancia que tienen estos agentes en la economía nacional, por lo cual al ser el referente del sector empresarial, sus estrategias tendrán eco o serán replicadas por el resto de compañías que conforman el entramado empresarial del país.

Un estudio realizado por la Revista Ekos (2012), revela que el 73% de las empresas que conforman parte de los grupos económicos realiza o colabora con prácticas de responsabilidad social empresarial.

En atención a lo extenso de la lista y estrategias realizadas por los grupos económicos a continuación se analizará las estrategias de los grupos económicos que ejercen su actividad en la provisión de servicios financieros:

Grupo Banco Pichincha. - Este grupo incluye además del Banco Pichincha a las siguientes instituciones financieras: Banco Rumiñahui, Banco de Loja, CREDIFE, Diners Club, AIG, Proauto. Entre las prácticas de responsabilidad social empresarial que este grupo ejecuta a través de la Fundación Crisfé se encuentran las siguientes:

- Desarrollo local mediante el acceso a servicios financieros a asociaciones productivas
- Becas a docentes de educación popular,
- Emprendimiento micro empresarial,
- Inclusión educativa para personas que han abandonado sus estudios,
- Voluntariado corporativo en escuelas de bajos recursos,
- Voluntariado en ancianatos y orfanatos,
- Estrategias de conservación del medio ambiente, reducción de uso de energía y papel.

Grupo Banco de Guayaquil. - Grupo financiero que incluye las siguientes instituciones: Banco de Guayaquil, Río Guayas Compañía de Seguros, Corporación MULTIBG, las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial este grupo las realizar por intermedio de Fundación Montepiedra, esta fundación está a cargo de realizar lo siguiente:

- Capacitación a jóvenes (colegio),
- Capacitación técnica a obreros,
- Programa de becas con universidad de Georgetown,
- Colaboración en programas sociales de terceros (por ejemplo, en el programa Niño Esperanza y la Fundación Terminal Terrestre de Guayaquil, Fundación Niños con Futuro, Fundación Resurgere)

Produbanco. - Produbanco por intermedio de la Fundación Su Cambio por el Cambio ejecuta las siguientes acciones:

- Apoyo a Fundación Fundeporte,
- Auspicios deportivos,
- Auspicios culturales (Fundación Orquesta Sinfónica Juvenil del Ecuador. Fundación Caspicara, PUCE, Fundación Sinamune),
- Auspicios sociales (Fundación Reina de Quito. Fundación Amigos del Mundo frente al Cáncer),
- Iniciativas ambientales al interior de la empresa.

Como se puede observar en el caso ecuatoriano, la responsabilidad social empresarial de los principales grupos económicos del país se ejecuta por intermedio del apoyo o creación de fundaciones especializadas en la ayuda social, o remediación ambiental. A diferencia de los principales casos a nivel mundial en los cuales existía un empoderamiento del tema por parte de los actores, en nuestro país se hace necesario mayor involucramiento del sector empresarial en la implementación de actividades de responsabilidad social como parte inherente de cada uno de los procesos que los mismos ejecutan.

## **2.7. Conclusiones**

Las organizaciones modernas que quieren tener éxito en sus operaciones comerciales deben tener como prioridad la consideración de la responsabilidad social empresarial dentro de su gestión, no solamente como un aspecto muchas veces exigido por las leyes de los países, sino como una conciencia transparente del impacto que causa cada industria al medio ambiente, a los recursos y a la sociedad en general. No importa el tamaño ni la naturaleza de la empresa, lo que realmente importa es que se tome conciencia a todo nivel, desde la alta dirección hasta los más bajos niveles organizacionales de que la tierra es la que provee de todos los recursos que se utilizan para la producción, por tanto, se debe cultivar para que las futuras generaciones disfruten de ella. Si una organización pasa desapercibida a la responsabilidad social daña su imagen corporativa tanto con sus clientes, con sus colaboradores y también con sus proveedores que muchas veces las toman como modelos a seguir en estas prácticas.

Es importante recalcar que las empresas pueden desempeñar un papel muy importante en la vida de las personas, no solo como proveedoras de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas. Muchas grandes empresas son conscientes de ello y han tratado de aprovechar las expectativas que genera la Responsabilidad Social Empresarial para obtener ventajas competitivas y mantener las relaciones entre los diferentes grupos de interés. Finalmente, la filantropía corporativa ha dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y forma parte, cada vez más, de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa.



## **Capítulo 3. Economía Popular y Solidaria**

### **3.1. Introducción**

La Economía Popular y Solidaria ESP agrupa a un importante sector empresarial del país, promoviendo su desarrollo y crecimiento sostenible en concordancia con las necesidades de sus integrantes; su impacto en Ecuador ha sido tan significativo que existen cooperativas del sector financiero que son reconocidas a nivel nacional e internacional por la calidad de sus servicios y el impacto en el mejoramiento de la calidad de vida de los sectores históricamente más olvidados por los gobiernos de turno.

Es importante resaltar que la EPS se clasifica en el sector cooperativo, asociativo y comunitario, cada uno con estructuras definidas para tener un control más efectivo de cada organización y con ello promover políticas tendientes a mejorar su operatividad en las operaciones inherentes y según su giro económico. De la misma forma es necesario destacar que el sector cooperativo se clasifica en financiero y no financiero, siendo el primero el objeto de estudio de la presente investigación con relación directa a la Responsabilidad Social Empresarial RSE.

En el presente capítulo se hace una reseña de la EPS desde sus inicios, evolución a nivel nacional e internacional, conceptualizaciones y aportes hacia las entidades que la componen; en su parte pertinente se hace una relación con la RSE que se deben observar por parte de las organizaciones y su aporte con el medio ambiente, manejo del recurso humano y otros similares, que a pesar de no estar aún normados, se deben aplicar por el hecho de operar dentro de un marco legal y por lo tanto aportar al crecimiento social de su entorno.

Como punto final se describe las funciones de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria SEPS al ser el ente regulador de la EPS en el país, las principales leyes y reglamentos que permiten un funcionamiento oportuno de todas las entidades.

### **3.2. Bases conceptuales, Evolución y Debates Sobre la Economía Popular y Solidaria**

En el presente capítulo se analizan diversos ejes conceptuales de la Economía Popular y Solidaria EPS, así como algunas experiencias que se han dado en otros países y regiones del mundo; esta información resulta significativa ya que

la investigación centra su atención sobre la Responsabilidad Social Empresarial en este importante sector de la economía nacional.

### **3.3. La Economía Solidaria en el Mundo, Latinoamérica y Ecuador**

#### ***3.3.1. Definiciones de la Economía Popular y Solidaria***

Al iniciar este apartado, es imprescindible definir la economía popular y solidaria EPS, para ello se han tomado los siguientes criterios:

La EPS puede definirse como un conjunto de recursos, capacidades y actividades de las instituciones que reglan la apropiación y disposición de los recursos en la realización de actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo, realizadas por los trabajadores, sus unidades domésticas y las organizaciones específicas que se dan por extensión para lograr tales fines (Saltos, Mayorga y Ruso, 2016, p. 57).

Por su parte Torres, Fierro y Alonso (2017) manifiesta que la EPS es una búsqueda teórica y práctica de forma alternativas de cómo hacer una economía que beneficie a todos, claro está, basada en la solidaridad y el trabajo; continúa señalando que la EPS se basa en valores humanos y principios que reconocen a otra persona como el fundamento de la acción humana e incluyendo labores comunitarias, asociativas, cooperativista y de otras formas colectivas.

En su investigación Del Castillo (2017) manifiesta que la EPS considera al ser humano como el centro del desarrollo, buscando la forma de satisfacer las necesidades comunes de toda la comunidad, está siempre al servicio de ella y es su compromiso organizativo fundamental la prestación de servicios de calidad a todos los miembros de la sociedad.

En el presente cuadro se muestra de forma clara como la economía solidaria se diferencia de la convencional, de ahí su importancia en el ámbito global de los países:

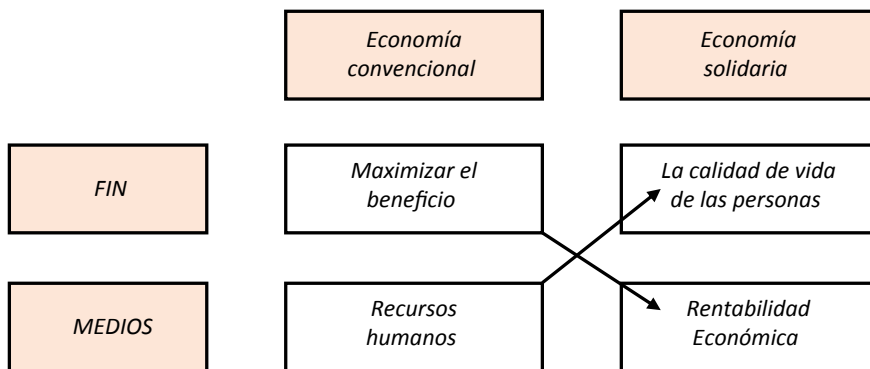


Figura 6. *Economía Convencional Frente a Economía Solidaria*

Fuente: Torres, Fierro y Alonso (2017)

A manera de corolario, se puede afirmar que la EPS defiende de forma íntegra el respeto y la primicia de los seres humanos y del trabajo por sobre el capital en la producción y el pago de dividendos, propone ampliar sus bases para mejorar las condiciones de vida que involucra una vida digna, trabajo digno, protección del medio ambiente, entre otros; adicionalmente actúa con métodos democráticos y participativos, es decir los que participan en una unidad económica no solo son comunicados sino consultados sobre las actividades que se van a desarrollar, haciéndolos partícipes de las decisiones a corto y largo plazo.

### 3.3.2. *Economía Popular y Solidaria en el mundo*

A través del tiempo, desde el surgimiento de las organizaciones primitivas hasta los actuales momentos, han transcurrido varias etapas económicas y sociales que han sido influenciadas de una u otra forma por el grado de desarrollo de los pueblos y marcando las condiciones laborales de cada uno de ellos (Torres, Fierro y Alonso, 2017); describen además como el hombre ha pasado desde el salvajismo al barbarismo, siguiendo con el esclavismo, feudalismo y llegando hasta la forma de organización actual que es el capitalismo.

En este contexto, se debe recalcar que la solidaridad está relacionada con la naturaleza misma del ser humano porque a través de ella se ve reflejada la concepción de vida social, hermandad y comunidad; no es un accionar propio o reservado para los virtuosos sino una tarea que involucra a todos, independientemente de la sociedad en que habite. La solidaridad incorpora a

su vez a la reciprocidad que no es más que la acción de correspondencia mutua entre los individuos, haciendo posible que entre ellos prime el sentimiento de compartir, de dar, siendo en todo sentido el fruto del esfuerzo colectivo (Jácome, y otros, 2016).

Los términos “economía social”, “economía solidaria”, “economía del trabajo” y otros surgen de las contribuciones teóricas y conceptuales de académicos latinoamericanos desde los años 80, quienes analizaron las prácticas de producción, intercambio, consumo y financiamiento de bienes y servicios con el objeto de maximizar los beneficios (Ruiz y Lemaître, 2016). Estas terminologías han servido para que cada país pueda desarrollar políticas encaminadas a mejorar las empresas inmersas en este sector de la economía, dinamizando el flujo de capitales y mejorando las posibilidades de crecimiento de sus integrantes.

En Europa, su Parlamento aprobó en febrero del 2009 la resolución titulada “Economía Social” en la que se reconoce este tipo de economía como un modelo de organización o empresa que se viene desarrollando bajo normas jurídicas tales como cooperativas, mutualidades, asociaciones, fundaciones y otras legítimamente constituidas (Fajardo, 2019). Es decir, la EPS está en todas partes de ahí que se debe fomentar su crecimiento ya que es un aporte significativo en cuanto a tributos y plazas de en cada región donde interactúa.

### ***3.3.3. Economía Popular y Solidaria en Latinoamérica***

Al iniciar este acápite, se resalta la publicación de Castro (2018) quien menciona que: “la economía social y solidaria se desarrolla en la región, no solo como un contradictorio al capitalismo global, sino como una reacción a la situación de pobreza y exclusión, resultado de la propia hegemonía del sistema” (p.95); dando una visión clara de que este sector ha llegado o nació en Latinoamérica producto de las malas políticas de los gobiernos de turno que han privilegiado a ciertos sectores afines y descuidando la gran mayoría de la población.

Adicionalmente, para entender la EPS en Latinoamérica, es importante conocer el proyecto de economía solidaria de la misma, al respecto Guerra, y otros (2014) manifiestan las posturas sobre este tipo de economía:

- A la primera postura se la puede definir como impulsadora de una mirada pluralista de mercado, ya que desde esta perspectiva se reconoce



a la pluralidad de comportamientos analizando la mejor combinación que pueda existir entre las organizaciones, la intervención del gobierno y los beneficios e incentivos a nuevos emprendimientos relacionados con la economía solidaria. Busca un doble propósito, crecer como sector ganándole espacios al capitalismo e impregnar de solidaridad a otros sectores como la mejor forma para avanzar hacia otra economía con mejores condiciones.

- La segunda postura habla sobre un enfoque instrumental a favor de los más desfavorecidos, es decir la EPS es el espacio idóneo para crear nichos de productividad para sectores que se los considera excluidos de la sociedad y que les permita mejorar de forma sustancial sus condiciones de vida; aquí es precisamente donde el gobierno debería apoyar a la economía solidaria a través de políticas y estrategias de responsabilidad social.
- Una tercera postura es la que aspira a alcanzar que toda economía existente sea solidaria; en este sentido la economía solidaria no sería vista como un sector específico sino como un sector que debería avanzar sobre el capitalismo o el estado.

En su informe Coraggio (2013) señala los siguientes puntos sobre la EPS en Latinoamérica, que se las presenta a continuación a través de los siguientes países analizados desde su legislatura e inicios:

### **3.3.3.1. Argentina una Política Social Populista de Economía Social**

Se ubica dentro de un contexto populista, basado desde el movimiento del gobierno central, es socialmente inestructurada pero de grandes masas cuya legitimidad esta sostenida por la eficacia para aliviar problemas urgentes en la vida diaria de las grandes mayorías de su población. Cabe recalcar que el populismo esta distante de crear una sociedad organizada en agrupamientos, es más permite el desorden y la fácil manipulación para ser conducidos políticamente como masa.

Las políticas son creadas, difundidas y controladas por el gobierno o sus funcionarios, intentando:

- a. Representar y dar respuesta inmediata a las necesidades de los sectores populares que los llevan al poder.

- b. Resolver sus propias dificultades de gobernabilidad.
- c. Consolidar y mantener una masa electoral a su favor.

### **3.3.3.2. Brasil una Experiencia de Co - construcción de Políticas Públicas de Economía Solidaria**

Mientras en Argentina se denomina Economía social, en Brasil se la denomina Economía Solidaria (ECOSOL); en su origen están las organizaciones autodenominadas de economía solidaria que incluso tomaron este nombre para celebrar su creación en el año 2003 con el gobierno de Lula da Silva. Cabe mencionar que existió previo al ECOSOL un movimiento denominado Foro Brasileño de Economía Solidaria (FBES) que incluye tres grandes actores que son los emprendimientos económicos solidarios, los promotores de la sociedad civil y los gestores públicos.

Un aspecto negativo es que en Brasil una propuesta de economía social y solidaria a nivel nacional debe hacer frente a la inequitativa redistribución de la tierra agraria, ya que son miles de personas que luchan hasta la actualidad por un pedazo de tierra, incluso viviendo en campamentos informales, aunque cabe reconocer, según el informe que ya han sido alrededor de 500.000 personas ya fueron asentadas.

### **3.3.3.3. Venezuela un Proyecto de Re – construcción de Economía y Sociedad desde el Estado**

En este país existen varias denominaciones para la economía social, destacando la economía comunal, popular, social, entre otros, que reflejan el apurado proceso de búsqueda y aprendizaje que se está dando en estos momentos; la economía social es bien vista como una alternativa y complementaria a las economías privadas y del estado, fundamentadas principalmente en empresas asociadas y microempresas auto gestionadas, hasta alcanzar su mayor anhelo del “Socialismo del siglo XXI”. En el año 2008 se promulga la Ley Orgánica del Sistema Económico Comunal, que cuenta con los siguientes principios:

- Empresas de propiedad social directa comunal.
- Empresas de propiedad social directa comunal.
- Unidad productiva familiar y
- Grupos de intercambio solidario

### **3.3.3.4. Bolivia Hacia un Sistema Económico de Raíz Comunitaria, Buen Vivir**

Este país conto con el apoyo de un presidente indígena, quien nacionalizo los hidrocarburos y convocando a una nueva asamblea constituyente; en lo que relaciona a la economía popular y solidaria, la carta magna expresa:

- Reconocer, respetar, proteger y promover la organización económica comunitaria.
- Priorizará el apoyo a la organización de estructuras asociativas de pequeños productores urbanos y rurales.
- Protegerá y fomentará a las organizaciones económicas campesinas y las asociaciones de pequeños productores urbanos.
- Facilitará el acceso a la capacitación técnica y a la tecnología, a los créditos y a la apertura de mercados.
- Dará preferencia a las compras del estado a la producción artesanal con identidad cultural y a las empresas pequeñas.
- Reconocerá y regulará la organización y el desarrollo de las cooperativas como formas de trabajo solidario y de cooperación.

En síntesis, la EPS se ha extendido por toda Latinoamérica como una alterativa viable de crecimiento y desarrollo para los sectores menos favorecidos; desde su creación en cada país, los gobiernos centrales han reconocido de una u otra forma que son un aporte muy significativo a las economías locales y por ende se han dispuesto varias políticas que promuevan su continuidad y fortalecimiento en cada una de sus actividades y con ello mejorar la calidad de vida de las personas.

### **3.3.4. Economía Popular y Solidaria en Ecuador**

Según Torres, Fierro y Alonso (2017) en Ecuador existen tres tipos de economías a partir del año 2008, la primera es la economía publica que es parte integra del estado y de sus instituciones y servicios, la segunda vendría a ser la economía privada, que está constituida por las empresas grandes, medianas y pequeñas cuyo objeto principal al desarrollar una actividad económica es la obtención de un lucro o beneficio económico, finalmente la tercera economía es la popular y solidaria que se encuentra representada por aquellos sectores que realizan actividades

populares y sociales, contribuyendo de manera significativa al crecimiento de la economía nacional desde sus diferentes perspectivas de operatividad.

Para Jácome, y otros, (2016) en el caso de Ecuador se han producido importantes cambios en beneficio de la EPS, relacionándose con su legislación y marco jurídico, control y supervisión de las entidades que pertenecen a este sector, así como en el fortalecimiento y financiamiento de estas organizaciones; el eje de todas estas dinámicas fue la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria que a partir de mayo del 2012 construyó y viene ejecutando un sistema integral y eficaz de supervisión y monitoreo para afianzar las estructuras patrimoniales y su permanencia en el mercado de sus agrupaciones.

### **3.3.4.1. Características**

Este tercer sector de la economía, como también es conocida la EPS en Ecuador, tiene las siguientes características:

- La búsqueda de la satisfacción de las necesidades de todos sus integrantes, sobre todo las más básicas como el autoempleo y subsistencia
- El compromiso firme con la comunidad, el medio ambiente y condiciones laborales optimas
- La no presencia del lucro como fin principal de sus actividades
- No existe discriminación, mucho menos concesión de privilegios para ninguno de sus integrantes
- Existen entre otros aspectos, autogestión democrática y participativa, así como el autocontrol y la autorresponsabilidad
- Prevalcen el trabajo sobre el capital, los intereses generales por los individuales, y existe una relación de reciprocidad (Torres, Fierro y Alonso, 2017).

## **3.4. Antecedentes del Cooperativismo en el Ecuador**

### **3.4.1. Cooperativismo**

Por la dimensión de las organizaciones que la integran, el cooperativismo, viene a representar la forma de organización socioeconómica más grande del planeta, son alrededor de 170 años que posee de historia desde su nacimiento formal; antes de aquello se puede mencionar entre las formas originarias a los Udestabings en Babilonia, que se formaron para el intercambio de productos

agrícolas; las sociedades de beneficio con el fin de dar culto de los muertos en Atenas y lo denominados Collegia en Roma que realizaban una actividad comercial conjunta (Ramírez, Herrera y Londoño, 2016).

Para el cooperativismo, la Revolución Francesa en el año 1789 y la inglesa a inicios del siglo XVII permiten que la nueva época sea llena de revoluciones, cambios y nuevas perspectivas fundamentadas sobre la base de ideas de libertad y progreso; estas acciones devinieron por la existencia de la Monarquía en la edad media, donde ellos eran la única forma de poder político y económico. Los Pioneros de Rochdale son en si el comienzo del cooperativismo moderno en el año 1844, ya que la industrialización forzó al desempleo de miles de obreros calificados para la época, haciéndose necesaria la presencia de un sistema económico en el que puedan intervenir y por ende solventar sus necesidades.

### **3.4.1.1. Principios Cooperativos**

Los principios cooperativos fueron diseñados en primer lugar por la Alianza Cooperativa Internacional ACI en el año de 1937, haciéndose necesaria una nueva revisión y promulgación en el año 1995 por el Congreso de Manchester en conmemoración de los 100 años de la ACI (Ressel, Silva, Coppini y Nievas, 2013); estos son los siguientes:

- a. Adhesión voluntaria y abierta. - las cooperativas son entidades abiertas para que toda persona capacitada para usar sus servicios y dispuestas a ser responsables de asociarse, sin que existan ningún tipo de discriminaciones raciales, políticas, religiosas, sociales o de género.



*Figura 7. Adhesión Voluntaria*

- b. Control democrático por parte de los asociados. - las cooperativas son organizaciones que son controladas de forma democrática por sus asociados y ellos participan de forma activa en la fijación de políticas y toma de decisiones; un socio es un derecho a voto.



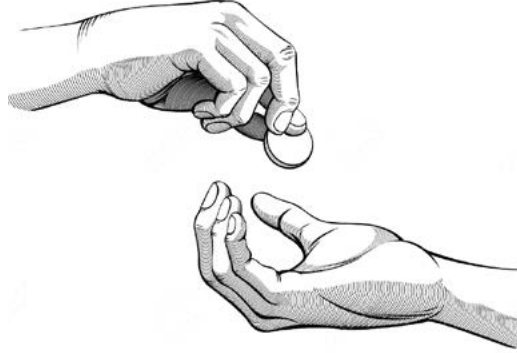
*Figura 8. Control democrático*

- c. Participación económica de los asociados. - al ser los asociados los que contribuyen equitativamente en la formación de su capital de trabajo, son ellos los que lo gestionan de manera democrática. Todos los involucrados tienen derecho a una parte de las utilidades, generalmente en proporción de su aporte al formar el capital social inicial o en virtud a las conveniencias de todos sus integrantes.



*Figura 9. Participación Económica*

- d. Autonomía e independencia. - las cooperativas son entidades autónomas de ayuda mutua, controladas por sus asociados; si existiese alguna alianza con otra entidad sea o no del gobierno, es el control democrático de sus asociados quienes decidirán su conveniencia o no.



*Figura 10. Autonomía*

- e. Educación, capacitación e información. - las entidades cooperativistas brindaran educación y capacitación a todos sus asociados, dirigentes, gerentes y empelados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas y por consiguiente al logro de sus objetivos a corto o largo plazo.



*Figura 11. Educación y Capacitación*

- f. Cooperación entre cooperativas. - las organizaciones cooperativas sirven a sus asociados más eficazmente y fortalecen el movimiento del cooperativismo, trabajando de manera conjunta con otras entidades similares por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales. Al contribuir con otras entidades, el movimiento se ve fortalecido al apropiarse de estrategias que surten efecto positivo en otras organizaciones y que pueden acoplarse a otra.



*Figura 12. Cooperación*

- g. Preocupación por la comunidad. - las organizaciones cooperativistas, a su vez que atienden las necesidades de sus integrantes, trabajan conjuntamente en pro del desarrollo sostenible de sus comunidades por medio de políticas aceptadas por ellos.



*Figura 13. Preocupación por la Comunidad*



### **3.4.2. Cooperativas**

La Alianza Cooperativa Internacional define a la cooperativa como: “una asociación de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática” (Martínez, 2015, p. 35); su crecimiento ha sido a nivel mundial, en virtud a los beneficios que permite obtener a sus miembros, sobre todo en la calidad de vida y aspiraciones laborales.

Maldonado, Alvarado y Contreras (2015) Destacan por su parte que:

El fin social de las cooperativas tiene como objetivo el mejoramiento de la vida de los socios que la integran y de las localidades en las que se ubican, es una función que se plasma desde la definición, valores y principios de las mismas; no obstante, son pocas las cooperativas que realizan acciones sociales al dedicarse a la producción de subsistencia por diversas razones, principalmente el interés por los beneficios económicos.

Cabe recalcar que cada país, según su normativa jurídica es el que dispone que tipos o clases de cooperativas puedan funcionar; particularmente en Ecuador existen las siguientes según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del 2011:

- Cooperativas de producción. - se identifica por cuanto sus socios se dedican de forma personal a actividades productivas lícitas, es una organización de propiedad colectiva y manejada de forma conjunta, entre ellas se puede encontrar las agropecuarias, huertos familiares, pesqueras, artesanales, industriales o textiles.
- Cooperativas de consumo. - en este grupo se encuentran las empresas que se encargan de abastecer a sus socios de cualquier bien comerciable, tales como bienes de primera necesidad, abastecimiento de semillas, abonos y herramientas o a su vez la venta de materiales y productos de artesanía.
- Cooperativas de vivienda. - son las agrupaciones que tienen por objeto la compra de bienes inmuebles para su construcción o remodelación de

viviendas o también de oficinas y ejecución de obras de urbanización; cualquier otra actividad similar, pertenece a esta clase de cooperativas.

- Cooperativas de servicios. - son aquellas entidades que aúnan esfuerzos para satisfacer diversas necesidades comunes de los socios o de la sociedad en general, entre los más destacados se encuentran el trabajo social, el de transporte, vendedores autónomos, educación y salud.
- Cooperativas de ahorro y crédito. - encargadas de canalizar el financiamiento necesario para nuevos emprendimientos y cuyo fin es el bienestar colectivo. Hacen las funciones de intermediación financiera, captando y resguardando el dinero de los socios y canalizándolo en créditos que fomenten el crecimiento de toda la sociedad donde actúan.

### ***3.4.3. Cooperativas de Ahorro y Crédito***

En nuestro país, las cooperativas de ahorro y crédito COAC observan lo dispuesto en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, quien las define como:

Sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades armónicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social. Las cooperativas, en su actividad y relaciones, se sujetarán a los principios establecidos en esta ley y a los valores y principios universales del cooperativismo y a las prácticas de Buen Gobierno Corporativo (Altamirano, Pazmiño, Espinoza y Cerda, 2016, p. 18).

Ya entrando en el tema específico de las COAC, en su análisis Melián, Palomo, Sanchis y Soler (2006) señala que una entidad que ofrece créditos es aquella que realiza actividades similares a un banco pero que se diferencia del mismo por la finalidad que persigue y el procedimiento de gobierno que se ejecuta; es una agrupación que busca el bien común de sus socios, fomentando los emprendimientos a través de accesos más viables para los créditos y un seguimiento con el fin de que las personas que acceden a un financiamiento puedan lograr sus metas trazadas.

Las COAC se erigen sobre la base de generar oportunidades y dinamizar la economía de todos los sectores con una visión que se centra en la persona y

su desarrollo ante la comunidad (Lara y Rico, 2011); no se niega la posibilidad de obtener un lucro o beneficio económico al realizar sus actividades, pero las mismas son revertidas para el beneficio de todos.

Por otra parte, es imperante destacar que las COAC realizan con mayor fuerza lo denominado como inclusión financiera, que a criterio de Mariño, Arregui Solano, Guerrero, Mora y Pérez, (2014) “implica el acceso y utilización de los servicios financieros formales por parte de la población antes excluida de los mismos por encontrarse en condición de pobreza o informalidad, alejamiento geográfico o discapacidad” p. 18. Es decir, este tipo de organizaciones busca los mecanismos necesarios para que toda la población urbana y rural pueda acceder a sus servicios y productos financieros, mejorando en gran parte la calidad de vida de todos sus integrantes.

En Ecuador las entidades que pertenecen al sector financiero popular y solidario están subdivididas por segmentos, que son los siguientes:

Tabla 1.  
*Segmentos del Sector Solidario Financiero*

Segmento	Activos
1	Mayor a \$ 80.000.000,00
2	Mayor a \$ 20.000.000,00 hasta \$ 80.000.000,00
3	Mayor a \$ 5.000.000,00 hasta \$ 20.000.000,00
4	Mayor a \$ 1.000.000,00 hasta \$ 5.000.000,00
5	Hasta \$ 1.000.000,00 Cajas de ahorro, bancos comunales y cajas comunales

Fuente: SEPS

### 3.5. Cooperativismo Financiero en la Provincia de Loja

En la actualidad existen 33 Cooperativas de Ahorro y Crédito dentro de la provincia de Loja, destacando la COOPMEGO como entidad que pertenece al segmento 1 por la cantidad de activos con las que opera al servicio de la población lojana. La historia indica que es la Cooperativa Padre Julián Lorente junto con la de Educadores las más antiguas de la provincia, iniciando sus operaciones en el de 1966 y paradójicamente siendo en los actuales momentos del segmento 2; su estabilidad se ha logrado gracias a los esfuerzos por brindar financiamiento a nuevos emprendimientos con acompañamiento técnico en cada una de sus fases.

Estas entidades crediticias y pertenecientes a la economía popular y solidaria están distribuidas de la siguiente forma: 16 en el cantón Loja; Saraguro 6; Macará y Gonzanamá con 2 cada una y Catamayo, Celica, Chaguarpamba, Quilanga, Espindola, Puyango y Calvas con 1 cada una llegando al total de 33 en toda la provincia de Loja.

Estas entidades han logrado su crecimiento gracias a que han destinado gran parte de sus operaciones hacia los sectores rurales, donde la banca tradicional no ha llegado en gran proporción, siendo bien acogido por el público que apuesta por ahorrar en este tipo de entidades o a su vez buscar el dinero que necesitan para sus actividades mercantiles o de consumo.

Específicamente en la ciudad de Loja, capital de la provincia del mismo nombre, el cooperativismo financiero experimenta un gran crecimiento y debido a ello es que otras cooperativas no autóctonas también apuestan por abrir oficinas en el sector, destacando las Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista o de la Policía Nacional que fortalecen este tipo de operaciones de intermediación financiera y obligando a ser más eficientes en el servicio debido a la competencia existente.

Al tratarse de una investigación sobre el sector cooperativo financiero, haremos énfasis en este tipo de organizaciones que tuvieron su origen en la provincia de Loja en el año 1966 con la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente a través del Acuerdo Ministerial N° 6665 del 01 de agosto de 1966.



*Figura 14. Inauguración de la Cooperativa Padre Julián Lorente*

*Fuente: Portal de la COAC Padre Julián Lorente*

Esta cooperativa nace por iniciativa de un grupo de trabajadores del Mercado Sur (san Sebastián) que sentían la necesidad de abastecerse de artículos de primera necesidad para poder expenderlos al público, de ahí que se agrupan solidariamente y deciden aunar esfuerzos y fondos para cumplir con sus objetivos económicos. Aquí la intervención del Rvdo. Padre Julián Lorente Lozano, párroco de San Sebastián y Director Espiritual de las trabajadoras de este mercado y conecedor de las necesidades fue fundamental para su cristalización, ya que fue el que promovió la organización de una cooperativa, misma que funciono en sus inicios como de Consumo y Mercadeo, vendiendo productos al por mayor y menor al precio de costo y facilidad de pago.

Al pasar de los años y con las necesidades que se aumentan dentro de los socios de la cooperativa, la organización decide convertirse en una Cooperativa de Ahorro y Crédito para brindar mayores créditos a sus agremiados y con ello poder financiar sus operaciones a un mayor nivel dentro de la sociedad lojana.

Cabe resaltar que, por el mismo año (1966) también se forma la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja, cuando el profesor David Pacheco Ochoa, director de la escuela Miguel Riofrío propone a otros docentes la creación de una cooperativa que permita solventar sus necesidades de financiamiento con mayor agilidad y convirtiéndose en la actualidad en una de las más grandes cooperativas de la región sur de la patria. Esta organización del sector cooperativo financiero se crea con acuerdo ministerial N° 5790.



*Figura 15. Inauguración Cooperativa Educadores de Loja*

*Fuente: Portal de la COAC Educadores de Loja*

De la misma forma, es importante resaltar la creación de la cooperativa de ahorro y crédito Manuel Esteban Godoy Ortega, que tiene su génesis en el seno de la Sociedad Obreros Vicentinos de Loja, siendo sus benefactores los ilustres lojanos Sr. Manuel Esteban Godoy ortega, Monseñor Ángel Querubín Tinoco y Sr. Cornelio Samaniego, aportando económicamente para tener las disponibilidades necesarias para la concesión de créditos. En el año de 1984 se lleva a efecto la Asamblea constitutiva con 40 socios, quedando como presidente don Manuel Esteban Godoy Ortega con el apoyo del Lic. Manuel Maldonado que en ese entonces fungía la responsabilidad de Inspector de Cooperativas de Loja y Zamora Chinchipe, realizando las gestiones pertinentes para conseguir la personería jurídica.

En la actualidad esta cooperativa es la más grande de la provincia de Loja y sumadas a las anteriores se encuentran otras cooperativas que brindan el servicio de intermediación financiera e impulsan el desarrollo armónico de toda la sociedad lojana.



*Figura 16. Exteriores CoopMego*

*Fuente: Portal de la COAC Manuel Esteban Godoy Ortega*

### **3.6. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria**

La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario fue discutida en primer y segundo debate el 05 y 13 de abril del 2011 respectivamente, rigiéndose a la presente ley todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que de acuerdo con la

Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector financiero popular y solidario, y las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011).

En su artículo 3, se mencionan los objetivos que persigue la presente ley y se los resume en:

- Reconocer, fomentar y fortalecer la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario.
- Potenciar las prácticas de la EPS que se desarrollen en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades para alcanzar el Sumak Kaway (buen vivir)
- Establecer un marco legal jurídico para todas las personas naturales y jurídicas que integran la EPS
- Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley, y
- Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

De la misma forma, en su artículo 4 se describen los principios que guían la ejecución de las personas naturales y jurídicas de la presente ley, y son los siguientes:

- La búsqueda del buen vivir y del buen común
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales
- El comercio justo y consumo ético y responsable
- La equidad de género
- El respeto a la identidad cultural
- La autogestión
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas, y
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes

De igual forma, es importante señalar que en su estructura consta de los siguientes ítems y con el siguiente glosario:

- Organizaciones del sector asociativo, como “asociaciones”
- Organizaciones del sector cooperativista como “cooperativas”

- Comité Interinstitucional de la EPS y del sector financiero popular y solidario, como “Comité Interinstitucional”
- Superintendencia de Economía Popular Solidaria como “Superintendencia”
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria como “Instituto”
- Junta de Regulación del Sector Financiero Popular y Solidario como “Junta de Regulación”, y
- Corporación nacional de Finanzas populares y Solidarias como “Corporación”

### **3.7. Superintendencia de Economía Popular y Solidaria**

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria SEPS estará a cargo del control de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario, ha sido creada como un organismo técnico, con jurisdicción nacional, personalidad jurídica de derecho público, patrimonio propio y autonomía administrativa y financiera y con jurisdicción coactiva. Esta entidad tendrá la facultad de expedir normas de carácter general en las materias propias de su competencia, sin que las mismas puedan alterar o innovar las disposiciones legales.

Las atribuciones que le competen a la Superintendencia son las siguientes:

- Ejercer el control de las actividades económicas de las personas y organizaciones sujetas a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.
- Velar por la estabilidad, solidez y correcto funcionamiento de las instituciones sujetas a su control.
- Otorgar personalidad jurídica a las organizaciones sujetas a esta ley y disponer su registro.
- Fijar tarifarios de servicios que otorgan las entidades del sector financiero popular y solidario.
- Autorizar las actividades de las organizaciones del sector financiero popular y solidario.
- Levantar estadísticas de las actividades que realizan las organizaciones sujetas a esta ley.
- Imponer sanciones; y,
- Las demás previstas en la Ley y su Reglamento.



## **Capítulo 4. Indicadores de Responsabilidad Social Corporativa**

### **4.1. Introducción**

La Real Academia Española de Lengua (RAE) define la palabra indicador como: “indica o sirve para indicar”

Es la expresión otorgada como herramienta de medición cuantitativa del desempeño de un proceso, actividad o resultado que indica una magnitud y se compara con un nivel o valor de referencia.

Un indicador es una comparación entre dos o más tipos de datos que sirve para elaborar una medida cuantitativa o una observación cualitativa. Esta comparación arroja un valor, una magnitud o un criterio, que tiene significado para quien lo analiza (OIT, Secretaría de la Organización Internacional del Trabajo).

Al obtener el valor que arrojan los indicadores, se puede establecer si es necesario seguir o detener el proceso evaluado, cambiar de dirección o regresar al inicio de la actividad, continuar, pero con cambios en los procesos que pueden girar en varios sentidos, para ello se requerirá información adicional para completar la interpretación del indicador y tomar las decisiones pertinentes.

---

#### **Los Indicadores y el Deporte**

Para la ejecución de todo procedimiento en la vida diaria se necesita de premisas indicativas como fundamento del razonamiento lógico que se llevará a cabo cada en actividad de una manera correcta para cumplir el objetivo deseado, así: un deportista para mantener su cuerpo sano debe alimentarse de forma precisa siguiendo un sinnúmero de indicaciones que llevan consigo los valores exactos de los gramos de grasa, proteínas, hidratos de carbono, entre otros que deben contener los alimentos a ingerir para cumplir la meta saludable, esos lineamientos se conocen como indicador. Todos estos indicadores de manera simple muestran el proceso alimenticio “correcto” que en el caso del deportista debe cumplir si no desea ver su carrera profesional deportiva arruinada. Algunos de estos indicadores serán menos rigurosos y otros con una brecha más amplia, que en caso de ser muy flexibles en el largo plazo será responsable del no cumplimiento de las metas, es decir no llegar a un valor estimado y deseado.

El ejemplo mencionado del indicador y su relación con el rendimiento del deportista está anclado con una meta, límite o parámetro que se debe cumplir para lograr el cometido.

---

## **4.2. Algunos Indicadores de la Vida Cotidiana**

Al realizar una fila de espera en las instituciones financieras, conforme los números de turnos avanzan, se puede ir accediendo a un puesto; las calificaciones con las que se aprueban los créditos de las asignaturas tienen un mínimo y un máximo que indican el avance en el estudio o el estancamiento en este.

Los exámenes de laboratorio que se realizan para detectar si los resultados están dentro de los límites o valores estándar lo cual indica un buen estado de salud, caso contrario el paciente deberá tomar las medidas necesarias y recomendadas por el profesional de la salud para que los análisis giren en torno a un cambio y se puedan considerar normales.

En Política Pública son muy necesarios los indicadores, imaginemos que el Gobierno de un país implementó un plan de vacunación a los niños de entre 1 año a 12 años ya que son los más proclives al contagio de enfermedades respiratorias; los estudios dicen que al menos el 1000 de cada 10000 niños se contagiarán; si el programa de vacunación alcanzó a distribuir la vacuna a 5000 niños de 40000 en total que existen en la localidad, se estaría alcanzando una tasa del 12,5% lo cual es un indicador positivo en cumplimiento de la política pública de salud al haberse establecido que se deberá llegar al menos un 10% de la población infantil y detener la propagación de la enfermedad; los indicadores de esta forma son muy utilizados y tienen la ventaja de otorgar información de manera porcentual en algunos casos de las actividades que se emprenden desde las instituciones públicas.

Un indicador tiene como objetivos los siguientes:

- Proveer evidencia de una circunstancia y el avance de esta dentro de un solo contexto.
- Dotar de información cuantitativa y cualitativa sobre el logro de un objetivo.
- Relacionan dos o más variables, entregando un valor comparativo. Advertir la necesidad de implementar cambios en la actividad evaluada.

### 4.3. Matriz de Indicadores

Un indicador al ser una herramienta cuantitativa que entrega señales del avance o procesos que se dan en una actividad, es utilizada en muchos ámbitos y dimensiones que aplican matrices de resultados de la actividad que se desea evaluar, esta matriz permite organizar los datos con los respectivos valores, posteriormente utilizarlos en el cálculo de los indicadores de acuerdo con cada componente.

Para el planteamiento y la creación de indicadores de RSE aplicados a las cooperativas de ahorro y crédito se utilizó tres matrices con similares mecanismos direccionados a las tres dimensiones sociales, económicas y ambientales utilizadas para establecer el nivel de RSE aplicado a sus actividades.

Cuadro No. 1 Matriz para la aplicación de indicadores de responsabilidad social empresarial a las COAC.

#### MATRIZ PARA LA APLICACIÓN DE INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL A LAS COAC

DIMENSIÓN: Social, Económico, Ambiental

DATOS: Valores, cantidades y otros del año \_\_\_\_\_ relacionados a cada descripción

Código		DETALLE	Unidad	Valor	
ECO	XXX		Respuesta	Si	No
SOC	XXX		Moneda	\$	
AMB	XXX		Número	#	

Fuente: Elaboración Propia

La matriz proporciona información que caracterizan al indicador *temporal* y *geográficamente*, es decir los datos pertenecen a cada institución financiera de un lugar correspondientes a un *periodo*, el que, en este caso es de un año; posteriormente se relacionan *dos o más valores, cantidades u otros de las variables* construyendo el indicador; las características de este procedimiento denotan la observancia de los principios que debe cumplir un indicador, estas son la contextualización temporal, geográfica y la relación entre dos o más variables, según la recomendación de (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2013).

#### **4.3.1. Dimensiones Establecidas para la Formulación de los Indicadores**

Con base al desarrollo sostenible mencionado por la (Secretaría Central de ISO, 2010), en la Guía de responsabilidad social ISO 26000 y los pilares del desarrollo sustentable promovido por la Organización de Naciones Unidas ONU, se ha determinado utilizar las *tres dimensiones: social, económica y ambiental* como fundamento para establecer los indicadores de RSE que sirven para evaluar las actividades de las COAC. Estas dimensiones son interdependientes en todos los procesos, así, por ejemplo, la minimización en el uso de papel implica el cuidado del medio ambiente, al ahorro de estos recursos y la facilidad en las transacciones que realizan los socios y empleados de las instituciones financieras. Esta minimización en la utilización de recursos se comparará periodo a periodo con la reducción de la tasa de utilización por transacción efectuada o simplemente por el porcentaje de valor reducido y empleado en la adquisición de papel que en cada año realice la cooperativa.

La ONU establece claramente el desarrollo sostenible de las organizaciones empresariales dentro de la satisfacción de las necesidades tomando en cuenta el futuro de las generaciones por venir respetando su propia capacidad de generación de recursos, además de combinar las medidas empresariales asumidas de forma equitativa para una sociedad con el respeto al medio ambiente.

Las instituciones financieras no están al margen del cuidado del medio ambiente en pro de un desarrollo sostenible propio, son estas organizaciones las que por medio del servicio de créditos estarían financiando proyectos de alto riesgo con un costo ambiental significativo, está en su poder el realizar el análisis respectivo y apoyar a la descarbonización económica, es decir, que se le dé al cliente en el caso de los bancos y a los socios propios de las cooperativas de ahorro y crédito, información sobre la manera de ejecutar proyectos e invertir los recursos otorgados en proyectos con bajo impacto ambiental, inclusive apoyar financieramente aquellos proyectos sostenibles a largo plazo con tasas de interés inferiores a las establecidas por la autoridad reguladora.

Las cooperativas son socialmente responsables caracterizadas así por las funciones y papel que desempeñan en el progreso de algunos sectores no considerados por la banca convencional como es el rural, microempresarial, mujeres y jóvenes emprendedores, jubilados, etc., al atender su demanda con productos y servicios conforme a sus requerimientos que solventen necesidades y preocupaciones propias de su segmento, logrando así que los procesos de gestión se adapten efectivamente.

## 4.4. Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial

### 4.4.1. Fundamento de la Dimensión Social

El trabajo que las instituciones financieras del Sector de la Economía Popular Solidaria (EPS) se relaciona con sus diversos interlocutores o stakeholders como lo son: los socios, proveedores, Estado, comunidad en general en la gestión de la responsabilidad como participantes sociales cuya gestión es considerada por Comisión Europea, (2002) como inversión, mas no como un gasto. Invertir en sus socios, en sus empleados y otros actores es trabajar en coordinación y en beneficio de toda una comunidad.

Una organización de la EPS desarrolla sus actividades en el área financiera construyendo relaciones sociales iniciando con el cuidado del capital humano de la institución como un activo más, otorgando servicios de calidad a sus socios, coordinando servicios con proveedores y aportando con valores a las instituciones pública y de control. Por otro lado, la responsabilidad social es considerada como una oportunidad de fortalecer el liderazgo de toda la institución dentro de la industria, así como de fortalecer la innovación interna hacia las demás empresas como certificación de cumplimiento de parámetros de RSE como actividad no exigible por los órganos de regulación, pero si ante la sociedad en general.

Los indicadores que se han diseñado para la dimensión social como un compromiso de las cooperativas hacia sus stakeholders, luego del estudio de investigación empírico y asumiendo el objetivo de cumplir un diálogo social que eleve y mejore las condiciones sociales de vida, son los siguientes.

#### 4.4.1.1. Indicador: Programa de Inducción y Socialización para Empleados

Dimensión:	Social
Indicador:	Existencia de un programa formal de inducción y socialización dirigido a los nuevos empleados.
Código:	SOC101
Conceptualización:	Se refiere al medio de planificación que la cooperativa contempla para entregar la información al nuevo empleado, socializando los aspectos básicos que se ejercen en la organización,
Unidad de medida:	Existencia de la planificación de inducción

Dimensión:	Social
Cálculo del indicador	SI se dispone del programa ( ) NO se dispone del programa ( )
Tipo:	Cualitativo
Información Documental:	Programa de inducción
Responsables:	Departamento de Recursos Humanos
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3, 4 y 5
Stakeholders	Empleados, directivos, trabajadores.

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – Todo inicio laboral es un acto que viene acompañado de incertidumbre en especial para el nuevo empleado, además de las expectativas que pueda tener, está el desconocimiento del lugar en el cual va a pasar muchas horas de su día y deberá realizar actividades para las que fue contratado. Ante esto es necesario que la cooperativa integre al empleado mediante un programa de inducción socializando cuál será su rol dentro de la empresa y cómo actuar para que se colabore en el cumplimiento de metas y objetivos.

Este programa de socialización no se trata de una capacitación o adiestramiento en las actividades que el empleado o directivo va a ejecutar, es un proceso relativamente corto pero muy importante en el cual la persona se integra a la empresa, se le ofrece la bienvenida, conoce de manera general los principales aspectos que lo harán sentirse en confianza e iniciar sus actividades de manera adecuada. El programa a socializar debe contener los siguientes aspectos.

- Visión y misión de la empresa.
- Objetivos, metas que se proponen; valores que se practican.
- Tipo de empresa, productos y servicios que ofrece, reseña de su permanencia en el mercado desde inicios hasta la actualidad.
- Quiénes integran la empresa.
- Políticas generales como horarios y descripción de labores a realizarse.
- Entrega y socialización de Reglamento interno de trabajo y normas de seguridad laboral.
- Presentación de directivos, empleados y demás compañeros, recorrido por la empresa.

El programa de socialización tiene correlación positiva con la productividad del empleado desde el inicio de sus actividades, evitando errores por falta de información que representan costos para la cooperativa. El tiempo que se estime para ejecutar el programa de inducción depende del tamaño de la institución y corresponde al criterio de planificación del departamento de Recursos Humanos.

**Información y Metodología.** – El programa de inducción es un documento previamente diseñado que se actualiza según la evolución de la institución, se elabora de acuerdo con su finalidad en la prestación de servicios y otorgamiento de productos financieros. Para cumplir con esta socialización, el departamento de recursos humanos evaluará el proceso de socialización y finalizará mediante el cierre aplicando un cuestionario al empleado que corrobore par participación de forma activa en el mencionado proceso.

### Presentación

Indicador	U. Medida	Existencia Si	No Existencia
Programa de Inducción y socialización	Respuesta Cualitativa		

**Limitantes del Indicador:** El indicador indaga en la existencia del programa, sin embargo no evalúa la efectividad, aspecto que puede influir negativamente en el empoderamiento y adaptabilidad en el puesto de trabajo de los empleados, ocasionando confusión entre productividad y desconocimiento o falta de capacidad para desarrollar sus labores, por otro lado, no mide el tiempo en el cual el programa no fue efectivo y tomó más del necesario para que el empleado se adapte a su puesto de trabajo.

#### 4.4.1.2. Indicador: Reglamento de Seguridad y Salud Laboral

Dimensión:	Social
Indicador:	Disponibilidad de “Reglamento de Seguridad y salud laboral”
Código:	SOC102
Conceptualización:	Es una herramienta que las organizaciones disponen como mecanismo de Gestión de riesgos laborales y de enfermedades profesionales que promueve una cultura de prevención en estas áreas

Dimensión:	Social
Unidad de medida:	Disponibilidad o existencia
Cálculo del indicador	SI ( ) NO ( )
Tipo:	Cualitativo
Información Documental:	Documento elaborado por la institución referente a la disposición de un reglamento de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales
Responsables	Departamento de Recursos Humanos
Aplicabilidad	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Empleados

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – Las jornadas de trabajo de los empleados en las leyes del Ecuador son consideradas en 8 horas diarias que representa el veinticuatro por ciento del tiempo transcurrido en la semana en el cual el ser humano puede estar expuesto a diversos riesgos de accidentes o de adquirir enfermedades dentro de la organización para la cual presta sus servicios, es decir accidentes y enfermedades laborales.

Disponer de un reglamento de seguridad laboral cumpliendo la socialización y ejecución es parte de la gestión de una empresa, luego de haber evaluado los tipos de peligros, riesgos y posibles adquisiciones de enfermedades dentro de la cooperativa en el caso que nos compete. La IF debe adoptar medidas eficaces de prevención y control, asegurando que los empleados no estén expuestos al contagio o adquisición de enfermedades laborales.

El indicador es pertinente en dos etapas, la socialización del reglamento y el cumplimiento de todas sus partes, es decir en la adopción de políticas de seguridad laboral, planificación y aplicación, gestión de la seguridad, capacitación, supervisión y evaluación.

**Información y Metodología.** – Para la aplicación del indicador se tomará como referente la existencia del reglamento de seguridad y salud laboral junto al informe del cumplimiento de sus partes dirigidas a todos los empleados durante un periodo determinado.



## Presentación

Indicador	U. Medida	Existencia Si	No Existencia
Reglamento de seguridad y salud laboral	Respuesta Cualitativa		

**Limitantes del Indicador:** El indicador evalúa de forma general la existencia del reglamento, sin embargo, la RSC responde al cumplimiento de la cooperativa y aplicación en todas sus partes, el realizar un seguimiento o supervisión continua y ejecución de varias actividades que incluyen al socio y su bienestar.

### 4.4.1.3. Indicador: Condiciones Ergonómicas

Dimensión:	Social
Dimensión:	Social
Indicador:	Disponibilidad de mobiliario acorde a las actividades y procesos desarrollados
Código:	SOC103
Conceptualización:	Se refiere a mobiliario colaborativo con diseño ergonómico que permite trabajar más de seis horas consecutivas en conectividad con equipos, tecnologías y en coordinación con otras áreas
Unidad de medida:	Porcentaje
Cálculo del indicador	Estimación de la proporción de mobiliario ergonómico que posee la cooperativa en función de sus necesidades.
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Facturas y documentos de registro de compra y adquisición de mobiliario
Codificación interna de mobiliario y accesorios	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Responsables	Departamento de Seguridad Laboral, Contable
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders:	Empleados, Socios

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – Los mobiliarios ergonómicos surgen como una respuesta a la necesidad de entregar al usuario (empleado, directivo, trabajador) uno o varios bienes que utilizarán en el desarrollo de las actividades laborales. La idea surge en respuesta no solamente a medidas subjetivas como nivel de comodidad y molestias, sino responde a estudios físicos de posturas adoptadas por los empleados de las empresas de acuerdo con sus diversas actividades, estableciendo algunos parámetros universales de movilidad. Además, se han desarrollado equipos de protección de la salud visual y de la piel, dirigido a minimizar los efectos de la luz azul de alta energía que emiten las pantallas de los dispositivos de computación.

La pertinencia del indicador radica en minimizar la tasa de siniestralidad de incidencia de las condiciones de trabajo por uso de mobiliario no ergonómico en la salud de los empleados de las COAC, como afecciones osteomusculares que en el largo plazo incapacitarían parcial o totalmente a las personas, además de las afecciones en la visión.

Los mobiliarios y lugares de trabajo deben ser versátiles, con tecnología que permite la satisfacción laboral del empleado y la obtención de servicios que satisfagan a los socios, usuarios o clientes. Algunos ejemplos de mobiliario y herramientas ergonómicas son:

1. Escritorios regulables
2. Sillas ergonómicas
3. Protector pantalla de computador
4. Reposamuñecas para teclado
5. Alfombrilla de ratón
6. Soporte portátil

El total de mobiliario resulta de las necesidades de cada empleado, pudiendo ser más de una, por ejemplo: silla ergonómica, escritorio, protectores de pantalla de computador. El objetivo brindar comodidad, reducir estrés, aumentar productividad y minimizar el riesgo de adquirir enfermedades laborales.

**Información y Metodología.** – La cooperativa elaborará un informe de requerimientos y necesidades basados en una plantilla que el empleado entrega solicitando el mobiliario ergonómico en caso de no disponer de él, posteriormente se evaluará la pertinencia de cada solicitud y se cuantificará las necesidades en función a las actividades que cada uno realiza. Este proceso será

anual y al final de este se evaluará el cumplimiento por parte de la cooperativa en cubrir las necesidades del empleado.

## Presentación

Indicador	U. Medida	% mobiliario año t-1	% mobiliario año t
Porcentaje estimado de disponibilidad de mobiliarios ergonómicos	Respuesta cuantitativa		

**Limitantes del Indicador:** La evaluación incorrecta de las necesidades de los empleados de mobiliario ergonómico, herramientas o lugares de trabajo diseñados adecuadamente.

### 4.4.1.4. Indicador: Atención Médica, Odontológica y Servicio de Farmacia

Dimensión:	Social
Indicador:	Atención médica, odontológica y servicios de farmacia
Código:	SOC104
Conceptualización:	<p>Atención médica dirigida a los socios, empleados y directivos con profesionales de la salud además de la atención odontológica en el dispensario o unidad de salud perteneciente a la COAC. Atención médica en convenio con otras instituciones o casas de salud.</p> <p>El servicio de farmacia se refiere al convenio celebrado entre la COAC y las empresas de distribución y comercialización de medicamentos que ofrezcan además crédito y descuentos especiales en las compras a los socios de las cooperativas.</p> <p>Otro concepto que agrupa la atención médica y odontológica es las campañas y jornadas de atención médica que la cooperativa otorgue a la sociedad, principalmente las dirigidas a mujeres embarazadas, niños y personas de la tercera edad.</p>
Unidad de medida:	Número
Cálculo del indicador	Número de servicios
Tipo:	Cuantitativo Cualitativo (Informe de jornadas médicas)

Dimensión:	Social	
Información Documental:	1.	Registro de atención médica y Odontológica
	2.	Registro servicios y descuentos en farmacias
Responsables	1.	Unidad de prevención de riesgos laborales
	2.	Departamento Contable
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5	
Stakeholders	Empleados, socios y sus familias y, directivos	

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – El acceso a la salud es uno de los derechos fundamentales del ser humano de toda condición social, de raza, de procedencia, de edad, tanto en lo público, así como en el área privada. La RSE de las cooperativas radica en la vigilancia de las condiciones de salud hacia sus empleados, socios y familiares y directivos. El facilitar la atención médica establece que la COAC evite o minimice las desigualdades socioeconómicas creando valor social y comprometiéndose con al cumplir las expectativas.

**Información y Metodología.** – Cada cooperativa de ahorro y crédito utilizará este indicador para evaluar como utiliza sus recursos para ofrecer servicios gratuitos o a costo mínimo a los empleados, socios y sus familias y directivos. Cada unidad de Salud deberá considerar el manejo de un registro de las atenciones en salud y el otorgamiento de los servicios de crédito y descuentos en farmacias, esta información es registrada según el número de operaciones resultantes en el año. El valor que se presenta es número de servicios otorgados, adicional se presenta el informe de la participación en escenarios de jornadas médicas gestionadas por la cooperativa de ahorro y crédito en coordinación con instituciones y profesionales de salud.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Número año t-1	Número año t
• Atenciones médicas anuales en Dispensario o Unidad de salud perteneciente a la Cooperativa.	Respuesta cuantitativa		
• Número de Atenciones odontológicas anuales en Dispensario o Unidad de Salud perteneciente a la Cooperativa.	Respuesta cuantitativa		
• Número de atenciones médicas en casas de salud en convenio con la COAC.	Respuesta cuantitativa		

Indicador	U. Medida	Número año t-1	Número año t
• Número de socios que accedieron a crédito y descuentos en farmacias en convenio con la COAC	Respuesta cuantitativa		
• Informe de campañas y jornadas de atención médica y odontológica	Respuesta cuantitativa		
• Entrega de medicamentos gratuitos.	Respuesta cuantitativa		

**Limitante del Indicador.** – No se estima que existan limitantes.

#### 4.4.1.5. Indicador: Capacitación y Ejecución de Programas de Salud Dirigidos a la Prevención de Enfermedades

Dimensión:	Social
Indicador:	Capacitación y ejecución de programas de promoción de la salud y seguridad
Código:	SOC105
Conceptualización:	Son actividades coherentes de servicio pertenecientes a programas de capacitación que llevan a cabo las cooperativas de ahorro y crédito dentro de la gestión estratégica de promoción de la salud y manejo de enfermedades, que dirijan a los empleados, directivos, socios y sus familiares a modificar conductas desacertadas de salud hacia estilos de vida y entornos más saludables.
Unidad de medida:	Número
Cálculo del indicador	Existencia del programa, número de eventos y capacitaciones.
Tipo:	Cuantitativo Cualitativo
Información Documental:	Planificaciones de eventos dentro de los programas de capacitación
Responsables	Gerentes y/o directivos, Unidad de salud ocupacional, Unidad de atención médica.
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Empleados, socios y directivos

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – Los programas de salud que surgen de las instituciones privadas como instrumentos de buenas prácticas de RSC

promocionan hábitos y estilo de vida saludables resultando los stakeholders como beneficiarios directos. No se trata solamente de otorgar una plaza de trabajo a los empleados, o un servicio financiero a los socios, más bien se refiere a establecer necesidades detectadas en el entorno en cuanto a falta de conocimiento de cómo prevenir enfermedades y gestionar la salud correctamente, de esta forma se prevé cambios en las personas gestionados con recursos de la institución financiera.

**Información y Metodología.** – La cooperativa en sus actividades planificadas anualmente establecerá las actividades a desarrollarse dentro de los programas de promoción de la salud, cuantificará el número de capacitaciones o actividades y los beneficiarios directos. Se evaluará también la motivación hacia el empleado a cumplir con el Reglamento de seguridad y salud laboral y la inclusión en los programas de capacitación acerca de las temáticas relacionadas.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Número año t-1	Número año t
• Existencia del programa.	Cualitativa Si ( ) No ( )		
• Número de capacitaciones	Cuantitativa		
• Beneficiarios directos	Cuantitativa		

**Limitante del Indicador:** No establecidas

**4.4.1.6. Indicador: Flexibilidad de Horarios Laborales**

Dimensión:	Social
Dimensión:	Social
Indicador:	Flexibilidad de horarios según actividades particulares
Código:	SOC106
Conceptualización:	Gestión en el adecuamiento y flexibilidad de los horarios de labores que los empleados cumplen en la institución, considerando que este proceso no afecte al desempeño en el otorgamiento de servicios.
Unidad de medida:	Informe
Cálculo del indicador	Existencia de la política de flexibilización de horarios

Dimensión:	Social
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Solicitudes de requerimiento de flexibilidad de horarios
Responsables:	Gerentes y/o directivos, Recursos Humanos
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Empleados, directivos y trabajadores

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – Se refiere a cambios eventuales en horarios de labores de los empleados solicitados debido a eventos con sus familiares que no pueden postergarse, considerando al empleado como un actor social en todos sus ámbitos. La gestión de flexibilidad supone eventualidades que muchas veces el ser humano está expuesto por su condición de integrante de familia, sin embargo, los directivos de la institución requieren gestionar correcta y equilibradamente estos procesos, respetando y sin que afecte la entrega de servicios oportunos y a tiempo a los socios.

La flexibilización eventual de horarios se deriva de varias necesidades, entre ellas es el poder conciliar la vida laboral con la familiar que en la mayoría de los casos se debe a eventos imposterables como: ceremonias de graduación de hijos u otros actos académicos que representan el mayor porcentaje de motivos para las solicitudes de flexibilidad horaria laboral, esta puede ser atendida favorablemente con el reemplazo de responsabilidades o permuta del horario mismo.

Si bien los estilos de vida han evolucionado, las mujeres son aún las más afectadas por las desigualdades de género en el ámbito laboral, y justamente son ellas las que siguen atendiendo la mayor parte del tiempo las necesidades de acompañamiento en el hogar. Por otro lado, la condición de madre hace que el cuidado y atenciones fisiológicas al recién nacido sea solventadas por ellas, es el caso de la lactancia materna que se convierte en un motivo de vital importancia para que las instituciones tengan un programa de flexibilización horaria laboral por lactancia materna, independientemente de lo que le derecho laboral especifique.

La RSC al evaluar este indicador se centra en la gestión ecuánime y objetiva en otorgar flexibilidad horaria laboral a la empeda y lograr la atención pertinente, solventando el requerimiento de servicios de los socios sin ninguna afectación.

**Información y Metodología.** – Para la evaluación del indicador se requiere que el departamento de Recursos Humanos registre los hechos considerados como flexibilidad laboral e informe en la memoria anual que incluye las buenas prácticas de RSC.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Número año t-1	Número año t
La cooperativa ha gestionado positivamente solicitudes de flexibilidad de horarios laborales	Cualitativa Sí ( ) No ( )		

**Limitante del Indicador:** El cálculo del indicador puede ocasionar inequidad al no establecer la afectación de la flexibilidad de horarios laborales cuando los socios de la cooperativa no reciben los servicios de manera adecuada por gestión errónea y ausencia del empleado, consecuentemente la cooperativa y los demás empleados tienen responsabilidad en este proceso, además de la asignación de recursos de manera ineficiente.

**4.4.1.7. Indicador: Inserción Laboral de Personas sin Discriminación**

Dimensión:	Social
Indicador:	Inserción laboral de personas sin discriminación alguna
Código:	SOC107
Conceptualización:	Se refiere a la inserción laboral de las personas otorgándoles un trato igualitario sin tomar en cuenta de forma equivocada condiciones que puedan ser motivo para juzgar y cometer actos de discriminación. La discriminación puede ser directa mediante acciones concretas y direccionadas específicamente a una condición o característica o indirecta ocasionada con métodos sutiles que reemplazan o encubran el motivo de discriminación.  El indicador evalúa además la proporción de empleados en cargos directivos según el rol de género.
Unidad de medida:	Informe Número



Dimensión:	Social
Cálculo del indicador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de empleados con discapacidad física superior a la que el código laboral señale.</li> <li>• Informe de inclusión de personal en las cooperativas con diversas características.</li> <li>• Porcentaje de hombres y mujeres en cargos directivos.</li> </ul>
Tipo:	Cualitativo Cuantitativo
Información Documental:	Registro personal de los empleados. Certificado del CONADIS de porcentaje de discapacidad. Ficha personal con características y autopercepción de empleados y directivos.
Responsables:	Gerentes y/o directivos Recursos Humanos
Aplicabilidad:	Cooperativas de Ahorro y Crédito cuya nómina contenga al menos 25 trabajadores para evaluación de RSC hacia empleados con discapacidad. Todas las cooperativas de ahorro y crédito
Stakeholders	Empleados, directivos y trabajadores.

**Pertinencia y Finalidad del indicador.** – A pesar de las múltiples campañas y voces de protesta alrededor del mundo, la discriminación es aún un problema social que afecta a las personas de forma individual o colectiva, influyendo negativamente en los empleados como una forma de violencia pasiva. La pertinencia del indicador evalúa la transparencia de la cooperativa en el trato igualitario hacia los empleados, directivos y trabajadores sin medidas discriminatorias, es decir que el trato debe ser igual a todos los empleados, trabajadores y directivos.

Algunos tipos de discriminación son:

- Discriminación individual sin razón contextual
- Discriminación colectiva (pertenecen a grupos de migrantes, LGBTI, sindicalizados, mujeres, hombres, entre otros)
- Discriminación positiva (favorece a un grupo) y negativa
- Discriminación religiosa, por edad, embarazo y maternidad, por etnia o raza, por lugar de procedencia, por discapacidad, por apariencia física, por ideología política,

La inserción laboral en el caso de las personas con discapacidad, las leyes ecuatorianas indican que toda organización debe contar con personal con discapacidad mínimo el 4% de su plantilla o nómina promoviendo acciones afirmativas sujetas al principio de no discriminación y asegurando las condiciones de igualdad.

La incorporación de las mujeres al mercado laboral ha ocasionado que los prejuicios de género tomen notoriedad debido a que muchos cargos directivos estaban direccionados exclusivamente a los hombres y en la actualidad se promueve a través de los gobiernos un cambio profundo y la eliminación de obstáculos para que las mujeres libremente alcancen los puestos de trabajo de dirección y liderazgo. El “techo de cristal” procedente de prejuicios organizativos y psicológicos se está rompiendo poco a poco, permitiendo que las mujeres accedan con mayor facilidad a los cargos directivos y toma de decisiones.

**Información y Metodología.** – Se refiere a la presentación del número de empleados con discapacidad y la evaluación porcentual que supere a al valor que la ley laboral determina. En el caso de los puestos directivos se anotará el porcentaje de hombres y mujeres que ocupan estos, se refiere a la condición de sexo más no género ya que existen muchos establecidos en la actualidad. La cooperativa en su informe declarará la no discriminación como RSC en caso de así proceder.

### Presentación:

Indicador	U. Medida	% año t-1	% año t
Porcentaje de mujeres en cargos directivos	Cuantitativo		
Porcentaje de empleados con algún tipo de discapacidad (mayor al 4%)	Cuantitativo		
Existe discriminación por las condiciones señaladas	Cualitativo		

**Limitante del Indicador.** – Los datos establecidos pueden ser un limitante, en el caso de que los cargos directivos estén representados por un porcentaje mayor de hombres o mujeres no precisamente puede indicar desigualdad y discriminación, estos valores pueden mostrar el porcentaje de hombres o mujeres que estuvieron capacitados y preparados para el puesto directivo dentro de la cooperativa, aunque sea desigual.

#### 4.4.1.8. Indicador: Programas y Planes de Formación y Capacitación

Dimensión:	Social
Indicador:	Programas de formación a empleados, directivos y comunidad.
Código:	SOC108
Conceptualización:	Constituyen varias actividades de capacitación -aprendizaje con programas dirigidos a solventar las necesidades de conocimiento previamente detectadas en los stakeholders (empleados, directivos y comunidad en general)
Unidad de medida:	Unidad
Cálculo del indicador	Número de cursos, talleres, conferencias entre otras actividades a desarrollarse
Tipo:	Cualitativo Cuantitativo
Información Documental:	Planificación anual de las actividades programadas. Presupuesto destinado a la ejecución de programas. Documentos de designación de responsabilidades.
Responsables:	Gerente, directores departamentales, Recursos humanos,
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3, 4 y 5
Stakeholders	Empleados, directivos y comunidad

**Pertinencia y Finalidad del indicador.** – Las cooperativas de ahorro y crédito cumplen con la RSC al capacitar a sus empleados y directivos promoviendo valores y cultura a través de capacitaciones y formación en temas que fomenten la ética en el trabajo y fuera de este, por otra parte, estos programas logran un mejor desempeño laboral que repercute en toda la institución financiera al modificar comportamientos inadecuados y mejorar la comunicación interna.

El desarrollo de capacitaciones, talleres formativos, charlas, entre otros tipos de acercamientos a la comunidad, crea lazos de confianza entre esta y la cooperativa al tener en cuenta los derechos humanos y fortalecer la seguridad y sostenibilidad.

Los temas que se desarrollan en los programas de capacitación deberán ser revisados periódicamente de acuerdo con la evolución de las necesidades y cambios que experimenta la sociedad de forma acelerada. Los tópicos más desarrollados se refieren a temas sobre cuidado y manejo medioambiental,

cooperativismo, educación financiera, desarrollo sostenible, relaciones humanas, prevención y manejo de la violencia, etc., que están dirigidos a la comunidad. En lo que respecta a la formación de empleados, la capacitación dependerá de los conocimientos que posean y al área en la cual laboran.

**Información y Metodología.** – La cooperativa desarrolla como parte de su planificación programas de capacitación con temáticas direccionadas a los diferentes grupos de interés, en el informe consta del número de beneficiarios directos con los talleres de formación y capacitación en el área que se ha identificado necesidades específicas; figura además el número de actividades que se han ejecutado en el año que se valúa.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Número año t-1	Número año t
• Existencia del programa de formación y capacitación.	Cualitativo Si() No()		
• Número de eventos realizados.	Cuantitativo		
• Beneficiarios directos (empleados, directivos, comunidad)	Cuantitativo		

**Limitante del indicador.** - No establecidos.

**4.4.1.9. Indicador: Auspicio en Formación y Capacitación Profesional**

Dimensión:	Social
Indicador:	Auspicios en formación y capacitación
Código:	SOC109
Conceptualización:	Se refiere al auspicio por parte de la cooperativa a los empleados que desean acceder a cursos de formación profesional, apoyo en el aprendizaje y conocimientos, y al fortalecimiento de las habilidades que influyen directamente en la productividad laboral. Estos cursos son proporcionados por otras organizaciones de carácter educativo que los brindan a un costo determinado.
Unidad de medida:	Valor

Dimensión:	Social
Cálculo del indicador	Valor asumido por la cooperativa en auspicios en formación y capacitación
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registro contable de inversión en capacitación y formación de empleados y directivos Formato para documentar permiso (Acción de personal)
Responsables:	Departamento de Recursos Humanos Departamento contable
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3, 4 y 5
Stakeholders	Empleados y directivos

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – Se entiende a la capacitación y formación como un proceso clave en la consecución de los objetivos de la empresa, además que la cooperativa al asumir el costo de estos cursos de capacitación y formación está cumpliendo su rol de RSC permitiendo que el empleado se actualice y adquiera nuevos conocimientos que han sido detectados en procesos de evaluación y se consideran prioritarios tanto en su rol personal como profesional. El auspicio puede ser parcial o total sobre los costos de la capacitación evaluando la decisión sobre la base de la justificación de las temáticas a tratarse y su relación con la actividad laboral del empleado.

El avance acelerado de la tecnología, y dentro de ellas las herramientas tecnológicas y software especializado, exige que los trabajadores adquieran competencias para el desarrollo de las actividades de forma eficaz, otorga además seguridad personal y mejora la autoestima desempeñando sus labores en un ambiente más sano, productivo y con actitudes positivas. Se requiere que la institución gestione además la flexibilidad en el horario laboral mientras la capacitación se esté desarrollando, de esta forma se evita el incumplimiento de la prestación de servicios a los socios de la cooperativa de forma adecuada.

**Información y Metodología.** – Se refiere al proceso de registro del valor de inversión en las capacitaciones y la posterior gestión para que se cumpla. El empleado solicita permiso mediante una carta a los directivos, para asistir a los cursos de capacitación y demanda el auspicio de este ya que los temas son de vital importancia para el funcionario de forma personal y profesional. La cooperativa realizará el análisis de pertinencia y necesidad de la capacitación y su relación con las actividades que se desarrollan en el cargo que ostenta el empleado.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Número año t-1	Número año t
Valor invertido en auspicios de capacitación y formación dirigido a los empleados y directivos.	Cuantitativo		

**Limitante del Indicador.** - No se detectan limitantes en la aplicación del indicador.

**4.4.1.10. Indicador: Opinión y Satisfacción de los Empleados**

Dimensión:	Social
Indicador:	Opinión y satisfacción de empleados
Código:	SOC110
Conceptualización:	Proceso de seguimiento de la satisfacción de los empleados en diversas áreas de forma fundamentada. Contiene actividades que evalúan el ambiente laboral hacia sus compañeros de trabajo, directivos y superiores, elaboración de una crítica constructiva y entrega de recomendaciones.
Unidad de medida:	Existencia del proceso
Cálculo del indicador	SI ( ) NO ( ) Desarrollo del proceso
Tipo:	Cualitativo
Información Documental:	Planificación del proceso de evaluación Informe del proceso y sus resultados Planificación de mejoras en base a resultados
Responsables:	Gerente, jefes departamentales Personal designado
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3, 4 y 5
Stakeholders	Empleados y directivos

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – La pertinencia radica en la oportunidad que se le otorga al empleado para realizar de forma crítica y fundamentada la evaluación de desempeño de sus compañeros de trabajo y directivos, con la finalidad de que el ambiente laboral se direcciones hacia un entorno de trabajo más amigable respetando las individualidades de cada integrante de la organización. Este proceso no debe vulnerar los derechos

de los empleados y directivos evaluados, sin embargo, debe basarse en el cumplimiento de las actividades de los involucrados, en su desempeño personal relacionado con el entorno socialmente responsable de la organización.

Por otro lado, la reputación de la organización que alcance en función de las relaciones éticas profesionales positivas de sus colaboradores influye en la RSC hacia los socios, en los que se genera confianza y se entrega un mensaje de unidad dentro de la organización. La evaluación radica en la autopercepción y evaluación a sus compañeros en los siguientes puntos:

Satisfacción con las actividades que ejecuta y con el desempeño de los demás miembros de la organización, responsabilidad demostrada, amabilidad, colaboración en el desarrollo de trabajo en grupo, colaboración en la consecución de objetivos, entre otros. Finalmente, el objetivo que tiene el indicador es conocer el grado de satisfacción de los empleados, y delinear un plan de mejoras dirigido a cambiar los aspectos que han resultado poco satisfactorios o insatisfactorios mediante actividades específicamente diseñadas.

**Información y Metodología.** – El proceso se lleva a cabo bajo lineamientos y actividades a evaluarse, se toma en cuenta las recomendaciones que se emiten cada año por los empleados para mejorar el trabajo en equipo y el ambiente laboral. Se hace constar en las memorias de la cooperativa el informe cualitativo sobre el indicador basado en las opiniones y calificaciones que cada empleado realice, se debe tomar en cuenta que no se vulnere los derechos de los trabajadores en cuanto a coartar la opinión, sin embargo, esta debe tener respaldo y no establecerse con opiniones sesgadas bajo intereses personales.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Existencia	Existencia
Existencia del proceso de opinión y satisfacción de empleados	Cualitativo	SI ( )	NO ( )

**Limitante del indicador.** – En el informe del indicador no existe limitantes, no obstante, en el proceso de evaluación mediante la opinión y satisfacción de los empleados pueden ocultarse datos, características u opiniones no manifestadas ocasionadas por desconocimiento, temor o desinterés del empleado en el desarrollo de la actividad

#### 4.4.1.11. Indicador: Gestión en la Prevención del Acoso Sexual y Laboral

Dimensión:	Social
Indicador:	Cuenta con un plan estratégico para la gestión del acoso sexual y laboral
Código:	SOC111
Conceptualización:	Documento o guía para prevención de todo acto y comportamiento verbal o físico no deseado de naturaleza sexual que se presenta en el trabajo y atenta contra la dignidad de una persona de manera que se sienta intimidada y ofendida.
Unidad de medida:	Existencia de la guía
Cálculo del indicador	Existencia del plan estratégico SI ( ) NO ( )
Tipo:	Cualitativo
Información Documental:	Plan estratégico de gestión del acoso sexual y laboral Encuestas, formularios de reclamos, atención a denuncias, etc.
Responsables:	Gerente,
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3, 4 y 5
Stakeholders	Empleados, directivos.

**Pertinencia y Finalidad del indicador.** – Al tratar el acoso sexual como un tipo de violencia y desigualdad se entiende que las organizaciones son socialmente responsables con sus empleados al intervenir con herramientas direccionadas para prevenir y, actuar en el caso que en la cooperativa aparezcan casos. Independientemente del sexo y género de los empleados, el acoso sexual es una intimidación que humilla al ser humano y, al presentarse en el sitio laboral, lo convierte en un lugar y espacio hostil.

Los programas de fomento de cultura sin violencia ni acoso laboral requieren ofrecer a los empleados una formación concreta que va desde el conocimiento y entendimiento del concepto de “acoso sexual laboral”, hasta el compromiso de no cometer actos relacionados al tema que atenten contra los demás empleados de la institución y compañeros de trabajo. La organización está llamada a rechazar todo tipo de actos de acoso sexual laboral.



**Información y Metodología.** – La información para evaluar la RSC mediante el indicador se refiere a la gestión del acoso sexual laboral durante el año o periodo y se trata del documento en el que se establezca y se socialice la gestión hacia los actos que muestren acoso sexual y laboral precedido por indagaciones mediante encuestas que confieren indicadores de alarma de ocurrencia de actos que van desde leves, graves a muy graves que se los trata de forma pertinente.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Existencia	Existencia
Existencia del plan estratégico de gestión al acoso sexual laboral	Cualitativo	SI ( )	NO ( )

**Limitante del Indicador.** – La limitación en evaluar este indicador se refiere a la aplicación incorrecta de la metodología para detectar posibles casos de acoso sexual laboral, con respecto a no ofrecer seguridad al empleado acosado ni discreción en el manejo de datos, y, las posibles repercusiones que se presenten como represalias en lugar de atender a la víctima y, ofrecerle apoyo necesario de forma que pueda continuar laborando con normalidad en su puesto de trabajo.

**4.4.1.12. Indicador: Programas de Apoyo a la Comunidad**

Dimensión:	Social
Indicador:	Programas de apoyo a la comunidad
Código:	SOC112
Conceptualización:	Los programas de apoyo a la comunidad se refieren a la ejecución de proyectos que utilizan recursos no reembolsables que se direccionan a las comunidades en actividades que mejoran su calidad de vida.
Unidad de medida:	Existencia del proceso Número Monto destinado al desarrollo de programas
Cálculo del indicador	SI ( ) NO ( ) Desarrollo del programa(s) Número de beneficiarios
Tipo:	Cualitativo Cuantitativo
Información Documental:	Planificación de las actividades Informe del desarrollo de actividades

Dimensión:	Social
Responsables:	Gerente Personal designado
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3, 4 y 5
Stakeholders	Comunidad

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – Los programas de gestión y apoyo a la comunidad gestionan varias actividades como por ejemplo el fomento y auspicio de una comunidad relacionada con el deporte, con prevención de enfermedades y gestión de la salud, prevención en el uso de drogas, con perspectivas del cuidado del medio ambiente, del agua y sus vertientes, limpieza y mantenimiento de zonas de recreación pertenecientes a la comunidad, entre otras. La RSC en este indicador se refiere a la promoción, auspicio y cobertura del costo total del proyecto o de un porcentaje por parte de la cooperativa de ahorro y crédito.

**Información y Metodología.** – Se refiere al a presentación de los procesos, actividades e inversión en los programas. Los stakeholders son la comunidad en general, empleados y socios además de sus familias.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año t-1	Año 1
Existencia de programas de apoyo a la comunidad	Cualitativo	SI ( )	NO ( )
Inversión en Programas de apoyo a la comunidad	Moneda	Valor t-1	Valor t

**Limitante del Indicador.** - No se establecen limitantes

**4.4.1.13. Indicador: Contratación de Seguro Privado de Salud para Empleados**

Dimensión:	Social
Indicador:	Registra la contratación de un seguro privado de salud para los empleados y trabajadores
Código:	SOC113

Dimensión:	Social
Conceptualización:	Un contrato de seguro de salud privada es un servicio que la organización ofrece en convenio con casas de salud que para la atención médica de los empleados de la cooperativa de acuerdo con las cláusulas establecidas para el efecto. Este seguro se considera no como un derecho laboral del empleado desde la normativa legal que rige en el país, sino como un servicio dentro de las prácticas del RSC
Unidad de medida:	Número Valor o %
Cálculo del indicador	Número de empleados que disponen de seguro privado de salud Monto correspondiente a cancelación de pólizas asumido por la cooperativa
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Pólizas de seguro de salud de los empleados
Responsables:	Seguridad ocupacional
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Empleados, directivos.

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – Es conocido que el Estado al administrar el sistema de salud de los pensionistas y aportantes a la seguridad social, ofrece los servicios de forma insuficiente, es decir no cubre la demanda en el tiempo oportuno causando malestar en la población que acude a los centros de salud y sus expectativas no son atendidas; la RSC de las cooperativas radica en ofrecer al empleado el bienestar en la atención médica de la salud con un servicio ágil cuyos costos según las cláusulas establecidas las asuma la compañía aseguradora y, la adquisición de este seguro se lo realice mediante convenio entre la cooperativa y la aseguradora, además de, que un valor de la prima sea asumida por la institución financiera.

**Información y Metodología.** – La cooperativa de ahorro y crédito deberá ocuparse del trámite de contratación de seguros privados de salud previo consentimiento del empleado, de igual forma el valor que corresponde asumir al empleado se descontará de sus sueldos según el plan de pagos al cual se ha llegado; luego se efectuará el registro contable del valor que la cooperativa cancela por concepto de la cancelación de la póliza. Los valores necesarios para

evaluar el indicador de RSC corresponden al monto asumido por el pago de los contratos de seguro, finalmente se registrará el número de empleados que acceden a este servicio.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año t-1	Año 1
Número de empleados que poseen seguro privado de salud.	Número		
Valor asumido por la cooperativa correspondiente al pago de la póliza de seguro.	% o Valor en USD		

**Limitante del Indicador.** – Al establecerse el indicador se evidencia que la decisión de adquirir el seguro privado de salud la tiene el empleado, debido a que una parte de este es cancelada por él, de tal forma que se puede emitir un criterio incorrecto sobre la gestión de la RSC y concluir que no se está llevando a cabo cuando es el empleado el que no lo requiere.

**4.4.1.14. Indicador: Existencia del Código de Ética**

Dimensión:	Social
Indicador:	Código de ética
Código:	SOC114
Conceptualización:	Es una herramienta de la cooperativa de ahorro y crédito en la cual de manera formal se compromete ejercer actividades socialmente responsables en procesos relacionados a lo económico, social y ambiental. El indicador agrupa de manera general el desarrollo de los indicadores planteados en le tres dimensiones de la RSC
Unidad de medida:	Existencia del Documento, socialización y aplicabilidad
Cálculo del indicador	SI existe ( ) NO existe ( )
Tipo:	Cualitativo
Información Documental:	Código de ética
Responsables:	Gerente y directivos
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Empleados, directivos.

**Pertinencia y Finalidad del Indicador.** – La organización es socialmente responsable al tomar las decisiones que valoran los grupos de interés exigiéndose contribuir a la sociedad al definir los criterios y establecer metas en todos los niveles de la cooperativa aplicando códigos de ética que refuercen los valores morales de sus miembros.

Los fraudes, abuso de poder, irresponsabilidad en los servicios que ofrece, publicidad engañosa, son algunas de las acciones que se pueden evitar al dar cumplimiento a lo establecido en el Código de Ética de la organización.

**Información y Metodología.** – Para establecer el indicador es necesario contar con el diseño y establecimiento de mecanismos que van desde la acción de los directivos para la asignación de responsabilidad a los empleados y trabajadores, y continuar con la planificación, aprobación, y, posteriormente la ejecución de las actividades que darán cumplimiento al código de ética.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Existencia	Existencia
Existencia del Código de Ética	Cualitativo	SI ( )	NO ( )

**Limitante del Indicador.** - No se establece limitantes en su valoración.

**4.4.1.15. Indicador: Existencia de Memorias Anuales**

Dimensión:	Social
Indicador:	Memorias Anuales
Código:	SOC115
Conceptualización:	Se refiere a la presentación anual de un informe donde se detalla e identifica las acciones ejecutadas en el ejercicio económico concluido que se lo elabora de forma cronológica y caracterizada en acciones conforme a la gestión en sus diferentes áreas, departamentos, con los socios, directivos, empleados y demás colaboradores. En la memoria anual se presenta los resultados sobre las prácticas de RSE que se han ejecutado.
Unidad de medida:	Existencia del Documento, socialización y presentación a la comunidad.

Dimensión:	Social
Cálculo del indicador	SI existe ( ) NO existe ( )
Tipo:	Cualitativo
Información Documental:	Memoria anual
Responsables:	Gerente y directivos
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Empleados, directivos.

**Pertinencia y Finalidad del indicador.** –El informe anual que presentan las cooperativas de ahorro y crédito denominado a memoria del ejercicio económico se corresponde con la RSE en el cumplimiento de exteriorizar a los socios, directivos, y comunidad en general el actuar de la institución en el cumplimiento de la visión, misión y objetivos declarados. Los resultados alcanzados se los da a conocer además la planificación de actividades a ejecutarse en los siguientes periodos, evaluando las estrategias utilizadas.

**Información y Metodología.** – El indicador valora la información que entrega la cooperativa mediante la memoria del ejercicio económico, teniendo algunas consideraciones en la revisión documental y posterior elaboración. Los criterios considerados son:

- La transparencia en la información
- Beneficios e identificación de los grupos de interés
- Legalidad de la información
- Cumplimiento de normativa de órganos reguladores
- Reconocimiento de logros y cumplimiento de objetivos
- Datos sujetos a comparabilidad con procesos de instituciones similares
- Cobertura y Evolución de la información
- Información fácil de comprobar
- Precisión en la información
- Información oportuna
- Principios cooperativistas
- Indicadores Financieros
- Indicadores de RSE

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Existencia	Existencia
Existencia de Memoria Anual	Cualitativo	SI ( )	NO ( )

**Limitante del indicador.** - No existe limitantes en presentación.

**4.4.2. Fundamento de la Dimensión Económica**

La *inclusión financiera* es la incorporación de la población al sistema financiero, del que actualmente por diversos motivos está excluida, es decir no tienen acceso ni reciben los servicios financieros que se prestan, surgiendo bajo este concepto una solución para eliminar la privación de contar con oportunidades y servicios que les permita salir de la pobreza. (Rivera & Guerra, 2020)

Una gran parte de personas alrededor del mundo no han logrado integrarse a las instituciones financieras en calidad de socios como son los llamados integrantes de las cooperativas de ahorro y crédito (COAC en adelante), por este motivo no tienen acceso a obtener una cuenta de ahorro, préstamos y los seguros adjuntos, servicio de remesas, retribución por inversiones, y más, esto ha generado muchos conceptos relacionados con la inclusión financiera como por ejemplo: bancarización, profundización financiera, holgura financiera, etc., así, ha lanzado a estudiosos a diseñar estrategias que posibiliten la inclusión de las personas que viven y/o trabajan en los lugares más apartados y accedan a los servicios financieros básicos hasta llegar a un servicio más puntual como es el crédito, naciendo otros derivados financieros como las microfinanzas

Estudios dedicados al tema de profundización financiera afirman la importancia del tema ya que guarda correlación directa con el mejoramiento de las condiciones de vida del socio y su familia, debido al manejo de varios instrumentos financieros que permiten la creación de fondos para ahorro, consecuentemente la otorgación de créditos y, el uso de estos recursos en emprendimientos incrementan los ingresos, generando recursos adicionales para acceder a bienes y servicios, no solo para subsistencia sino como materias primas y nueva inversión que hacen crecer su capital físico y mejorar su economía.

En el País el Banco Central del Ecuador desde alrededor de 15 años atrás a hoy 2020, ha prestado especial interés en el tema inclusión financiera y de forma macro, meso y micro ha desarrollado un marco legal que fortalezca el diseño

financiero mediante diversos hechos fundamentados en las recomendaciones del Banco Mundial, entre ellos:

- Considerar el acceso al ahorro y el servicio de pagos como una necesidad básica
- Definición de objetivos y estrategias
- Programas que amplían la cobertura financiera
- Creación y diversificación de sistemas de pagos inclusivos hacia zonas periféricas o rurales
- Fortalecimiento de programas en el conocimiento y educación financiera (Arregui, Gerrero, Espinosa, Murgueytio, & Focke, 2012)

En lo que respecta a la descripción de Inclusión Financiera, el Banco Mundial (2020) en primera instancia para emitir un concepto claro, hace referencia a las motivaciones que tienen las personas para no ser usuario de los servicios financieros, explicadas de la siguiente forma.



Figura 17. Limitaciones que Restringen el Uso de Servicios Financieros

Fuente: Banco Mundial citado en (Rivera, Guerra 2020)

Bajo este contexto, y analizando los limitantes de la población al acceder a los servicios financieros, el BM indica que alrededor de 2500 millones de personas no utilizan los servicios financieros y que el 75% de los pobres no tienen acceso a una cuenta bancaria, concluyendo mediante varios estudios, que existe correlación causa efecto donde la inclusión financiera reduce la pobreza e impulsa la prosperidad. (Banco Mundial, 2017)



La gestión de las instituciones del sector financiero de la Economía Popular y Solidaria (EPS) van más allá de la prestación de productos y servicios a los segmentos que muchas veces no son beneficiados por la banca tradicional. Su gestión se enmarca en la calidad de “solidaria” con los participantes de este sector y sus allegados, es decir con los socios, empleados, proveedores y las familias de estos, haciendo prevalecer los principios por los cuales se guían principalmente la prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales, la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.

El compromiso con la comunidad en su transformación social es una característica de las instituciones del sector de la EPS con el aporte que estas otorguen a sus asociados, de ahí la importancia de su gestión encaminada a la cooperación para que los integrantes o stakeholders de este sector logren un crecimiento económico que propenderá a su estabilidad económica y bienestar familiar. Los indicadores diseñados dentro de la dimensión económica luego del estudio de investigación empírico son los siguientes.

#### 4.4.2.1. Indicador: Inclusión Financiera Territorial (Créditos Área Rural)

Dimensión:	Económica
Indicador:	Inclusión financiera territorial (Microcréditos)
Código:	<b>ECO201</b>
Conceptualización:	Los Microcréditos son productos financieros otorgados en préstamos como instrumento de financiación de pequeños proyectos a personas que pertenecen a grupos con un reducido nivel de recursos económicos, carecen de garantías para acceder a estos productos otorgados por la banca tradicional; específicamente los microcréditos del otorgados en el área rural son los servicios direccionados al incremento de los niveles de inclusión financiera de la población residente en dichas áreas.
Unidad de medida:	Monto de créditos Otorgados en el área rural % de Valores crediticios concedidos
Cálculo del indicador	$\frac{\text{Monto de créditos otorgados en el área rural, informal y de bajos recursos en el periodo } t_1}{\text{Monto total de créditos otorgados en } t_1} * 100$

Dimensión:	Económica
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros contables, cuentas de cartera de crédito
Responsables:	Departamento de cartera de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1, 2, 3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** Dentro de las Microfinanzas se encuentra el microcrédito que es otorgado al socio, le permite su crecimiento económico y social, al mismo tiempo genera un impacto positivo en el desarrollo económico de un país.

Una estrategia adicional para ofrecer servicios y productos financieros específicamente a la población con bajos ingresos, o que trabajan en el sector informal, o que viven en zonas rurales consiste en la creación de instituciones de microfinanzas o que ofrezcan servicios y productos dirigidos a las microfinanzas desarrolladas en el área rural y urbano, varias COAC especialmente del segmento 1 y 2 en el país tienen departamentos especializados en esta área. Las cooperativas de los segmentos 3, 4 y 5 en especial la que se encuentran en los cantones de las provincias, concentran su actividad al otorgamiento de créditos para el desarrollo de la economía local que contrarreste los efectos de la pobreza causados por la falta de oportunidades de mantener redes económicas que generen empleo y productividad.

Las cooperativas en Ecuador han aportado significativamente en cuanto a los montos destinados a otorgar microcréditos, sin embargo, hasta la actualidad no ha llegado a ser un producto financiero principal, por esto la necesidad de prestar especial atención en este tema.

Las entidades financieras pertenecientes a la Economía Popular y Solidaria, mediante este indicador podrán describir la proporción del monto de créditos otorgados en condición de microcréditos y que cumplen las características de lograr un impacto socioeconómico efectivo en las personas con menos recursos.

- El indicador debería mostrar que la proporción de microcréditos aumenta en similar ritmo al crecimiento del total de créditos, si el incremento es mayor se considera mejor.

- El indicador debe mantenerse o incrementar la proporción de créditos concedidos para inversión en el área rural de un año a otro.

**Información y Metodología:** Clasificación de los créditos con base al lugar donde se invertirá el capital como microcrédito, dato que debe constar en la solicitud de crédito aprobada del producto financiero y en los registros contables bancarios.

El indicador puede ser construido y expresado de diversas formas, cuando se tiene los datos de los montos de créditos otorgados a socios que van a utilizar este capital financiero en el lugar que desempeñan su actividad económica, estas son las zonas rurales al cantón o localidad donde fue realizado el contrato de crédito; se puede expresar en simple monto o en la tasa relacionada al monto total de créditos concedidos. Adicionalmente se considera el número de operaciones procesadas y realizar el análisis de incremento de operaciones paralelamente al incremento del monto o el incremento del monto mayor al número de operaciones y viceversa.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año $t_{-1}$	Año $t$
Monto total créditos	<b>Moneda</b>		
Monto crédito área rural (1)	<b>Moneda</b>		
Tasa porcentual de créditos otorgados (2)	<b>%</b>		

**Limitantes del Indicador:** No existe ningún limitante en su cálculo, y la gestión por parte de los responsables de la información es factible. En la viabilidad y cotejo del indicador entre las COAC de los diferentes segmentos puede variar su análisis e interpretación porcentual debido a la ubicación territorial de cada institución financiera y la facilidad del otorgamiento de créditos en el área rural.

#### 4.4.2.2. Indicador: Inclusión Financiera Segmentada por Géneros

Dimensión:	Económica
Indicador:	Inclusión financiera segmentado por géneros: Créditos otorgados a mujeres emprendedoras
Código:	<b>ECO202</b>
Conceptualización:	La inclusión financiera dirigida al segmento de mujeres emprendedoras refiere a la asistencia en el empoderamiento y autonomía económica de estas, disminuyendo la brecha existente entre el financiamiento otorgado a las pequeñas y el concedido a las medianas empresas formales de propiedad de mujeres.
Unidad de medida:	Tasa porcentual de crediticios concedidos
Cálculo del indicador	<p>Monto de créditos otorgados a mujeres emprendedoras</p> $\frac{\text{Monto de créditos otorgados a mujeres emprendedoras en el periodo } t_1}{\text{Monto total de créditos otorgados en } t_1} * 100$
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros contables, cuentas de cartera de crédito
Responsables:	Departamento de cartera de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios (mujeres) de la COAC

**Pertinencia del Indicador y Finalidad del Indicador:** En lo que se refiere a inclusión financiera, algunos grupos están más excluidos que otros, uno de los afectados son las mujeres, que al mismo tiempo son las que emprenden en condiciones de vulnerabilidad, adicional a ello, la Corporación Andina de Fomento CAF (2018), destaca que las oportunidades de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas propiedad de las mujeres beneficia además a la rentabilidad y crecimiento de las instituciones financieras, concluyéndose la correlación existente. Bajo este contexto la recomendación está direccionada a generar los marcos integrales y fomentar el espíritu empresarial de las mujeres desarrollando la igualdad de género en esta área de las finanzas.

Las RSE de las entidades cooperativas financieras hacia las mujeres deudoras, no solo radica en el otorgamiento del crédito sino en la implementación de

programas de asistencia técnica en la implementación del crédito hacia proyectos productivos o de servicios que efectivamente otorguen los resultados económicos esperados, consecuentemente la mejora de la calidad de vida de las deudoras y su familia. En el desarrollo del proceso se debe presta mayor interés a los aspectos de:

- Plazo
- Periodos de gracia
- Monto y tasa
- Formas de pago adaptadas a la realidad del negocio
- Sectores de emprendimientos a financiar (producción, comercio, servicios, etc)
- ¿Qué se financia? Capital de trabajo, activo fijo

Es importante la creación de este indicador debido a la ausencia del análisis de género en el desempeño de la cartera de crédito, detalle previsto ya en la década del 2010 por el Banco Interamericano de Desarrollo, sugiriendo que las entidades financieras desaprovechan un mercado con alto potencial el cual tiende a una mayor aversión al riesgo y denota comportamiento responsable y más cauto en las decisiones de inversión.

Este indicador refleja el monto de créditos otorgados a mujeres en relación a la totalidad de créditos que ha generado la institución, se lo utiliza con la finalidad de evaluar el grado de inclusión y confianza hacia este grupo, con fundamento que las mujeres son un mercado que ayuda al crecimiento de la misma institución que a la vez implementa acciones favorables que desmontan patrones socioculturales contrarios a la igualdad de género.

**Información y Metodología:** Clasificación de la operación de crédito caracterizadas por el género que consta en la solicitud de crédito y/o en el título de crédito como por ejemplo el pagaré, que establece el compromiso formal hacia la cooperativa. Los datos en la presentación del indicador corresponden al monto total de los créditos otorgados del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año.

El indicador se lo expresará en valor de la moneda corriente, indicando siempre el monto total de créditos del cual se deriva. Como dato adicional se incluye el número de créditos otorgados según género, debido a que, al hacer el cotejo, resulta un análisis profundo y crítico, para reflejar en el análisis posterior la existencia o no de una situación equitativa en el género del deudor en función

de “número de operaciones. El cálculo porcentual como lo indica el cuadro que contiene la información del indicador, señala que se obtendrá mediante el cociente entre el valor de créditos otorgados a mujeres y valor de créditos totales otorgados en similar periodo.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año $t_1$	Año $t$
Monto total créditos	Moneda		
Monto crédito otorgado a mujeres	Moneda		
Tasa porcentual de créditos otorgados a mujeres en función del monto	%		
Número de créditos mujeres	Número		
Número de crédito totales	Número		
Tasa porcentual de créditos otorgados a mujeres en función del número de operaciones crediticias	%		

**Limitantes del Indicador:** No existe ningún limitante en cuanto al cálculo, la información es posible registrarla a lo largo del periodo contable.

**4.4.2.3. Indicador: Inclusión Financiera Segmentada: Microempresas**

Dimensión:	Económica
Indicador:	Inclusión financiera segmentada: Microempresas
Código:	<b>ECO203</b>
Conceptualización:	La inclusión financiera dirigida a la microempresa se trata de los servicios ofrecidos por las instituciones financieras a las unidades productivas que tienen entre 1 y 9 trabajadores, están legalmente constituidas y registradas antes las autoridades competentes, llevan registros contables y sus trabajadores aportan a la seguridad social.
Unidad de medida:	% de Valores crediticios concedidos
Cálculo del indicador	$\frac{\text{Monto de créditos otorgados microempresas en el periodo } t_1}{\text{Monto total de créditos otorgados en } t_1} * 100$
Tipo:	Cuantitativo

Dimensión:	Económica
Información Documental:	Registros contables, cuentas de cartera de crédito
Responsables:	Departamento de cartera de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios microempresariales de la COAC pertenecientes a las microempresas

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** Este indicador trata de la inclusión financiera respecto a los créditos otorgados a las microempresas que producen en menor escala, tienen además características personales o familiares en el área de la producción, el comercio, prestación de servicios.

La formulación de este indicador es pertinente ya que el sector financiero juega un rol importante para las microempresas debido a la concesión de servicios de ahorro, financiamiento de sus inversiones y de la innovación, que son actividades que desarrollan y fortalecen los procesos productivos de las microempresas que a su vez fortalecen la economía del país. Estas microempresas se diferencian de las grandes empresas en sus procesos productivos por ello los servicios financieros y la asistencia técnica que requieren también es distinta, en esta prima la necesidad del otorgamiento de servicios como el leasing productivo que en función del riesgo del negocio es ideal para minimizarlo.

En el desarrollo del proceso de otorgamiento de créditos a las microempresas y otros servicios exclusivos para estas, se tomará en cuenta similar a los mencionados en el indicador ECO202.

La finalidad del indicador es mostrar la relación entre los créditos microempresariales y la totalidad de créditos, así como los servicios dirigidos a las microempresas ya señalados antes, por ejemplo, los leasings productivos. Este indicador medirá el aporte de las instituciones financieras en el otorgamiento de los servicios financieros a las microempresas como aporte a su crecimiento y bienestar empresarial.

**Información y Metodología:** Clasificación de los créditos caracterizados en segmentos: microempresariales, medianas y grandes empresas de acuerdo con el valor de capital o número de empleados que poseen. Los datos corresponden al total de los créditos otorgados del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año a los segmentos descritos.

El indicador se lo expresará en valor de la moneda corriente, indicando siempre cual es el monto total de créditos del cual se deriva. El cálculo porcentual se deriva de la relación ente entre el valor de créditos dirigidos a las microempresas y valor total de créditos otorgados en el mismo periodo. Adicional se puede presentar la relación en el número de operaciones crediticias además de la clasificación de otros servicios como el leasing operativo.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año t <sub>-1</sub>	Año t
Monto total créditos	Moneda		
Monto crédito otorgado a microempresas	Moneda		
Tasa porcentual del monto en créditos otorgados a microempresas en función del monto total de estos.	%		
Número de créditos dirigidos a microempresas	Número		
Número de crédito totales	Número		

**Limitantes del Indicador:** No existe ningún limitante en cuanto al cálculo, la información es posible registrarla desde el inicio del otorgamiento de los créditos clasificándolos según el segmento empresarial al cual está dirigido.

**4.4.2.4. Indicador: Inclusión Financiera Migrantes y Emigrantes Retornados**

Dimensión:	Económica
Indicador:	Inclusión financiera segmentada: Migrantes retornados
Código:	<b>ECO204</b>
Conceptualización:	Trata del otorgamiento de servicios y productos financieros a los solicitantes en condiciones de migrantes y emigrantes retornados, aprovechando las potencialidades de conocimientos y habilidades en el emprendimiento adquirido fuera del país.
Unidad de medida:	Monto de créditos otorgados a migrantes y emigrantes retornados % de Valores crediticios concedidos
Cálculo del indicador	$\frac{\text{Monto de créditos otorgados a migrantes y emigrantes retornados en el periodo } t_1}{\text{Monto total de créditos otorgados en } t_1} * 100$



Dimensión:	Económica
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros contables, cuentas de cartera de crédito
Responsables:	Departamento de cartera de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** Es pertinente valorar la inclusión financiera a los emigrantes retornados y migrantes, que al hacer el análisis de crédito se establece que a pesar de no tener garantías para respaldar el crédito por su misma condición (migrantes o emigrante retornado que no cuenta con bienes muebles o inmuebles en el país), es sujeto de crédito que cumple las condiciones para acceder a este.

Los grupos mencionados, son considerados algunos de los actores importantes dentro de la Economía Popular y Solidaria que cuenten con un aval del Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana con respecto a su interés de emprender en actividades productivas ya sean de comercio o de prestación de servicios, aprovechando los conocimientos y capacidades adquiridas fuera del territorio nacional y que aporten positivamente inclusive, a la innovación cultural del país.

La formulación de este indicador establecerá además la inclusión económica de estos grupos mediante el fortalecimiento y apoyo a los emprendimientos productivos que estiman desarrollar sin necesidad que la operación de crédito esté respaldada por un historial crediticio, mas, será valorada mediante el estudio del perfil del proyecto, otorgándoles asistencia técnica, en temas legales, tributarios, etc. Finalmente, el proceso de concesión del crédito se lo ejecutará según las directrices de la institución financiera, incluyendo un periodo de gracia de acuerdo con el perfil del proyecto y del sujeto de crédito, tomando en cuenta la importancia de la periodicidad y frecuencia de pagos.

El indicador muestra la relación entre los créditos dirigidos a migrantes y emigrantes retornados y la totalidad de créditos, con la finalidad de que su formulación establezca la inclusión económica de estos grupos mediante el fortalecimiento y apoyo a los emprendimientos productivos que estiman desarrollar sin necesidad que la operación de crédito esté respaldada por

un historial crediticio, mas, será valorada mediante el estudio del perfil del proyecto, otorgándoles asistencia técnica, en temas legales, tributarios, etc.

**Información y Metodología:** Clasificación de los créditos caracterizados en: operaciones de crédito concedidas a migrantes y créditos concedidos a emigrantes retornados comprendidos entre el 1 de enero al 31 de diciembre de cada año.

El indicador muestra la relación porcentual de los créditos otorgados a migrantes y emigrantes retornados entre el valor total de los créditos concedidos en el año. La institución financiera presentará además el número de créditos diferenciados entre emigrantes retornados y migrantes, se describe el tipo de proyecto, los beneficiarios y el aporte que ofrecen; todos estos datos reposan en el perfil de proyecto de cada operación de crédito y se elabora al final de la gestión del proceso anual de operaciones, el informe del indicador.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año t <sub>-1</sub>	Año t
Monto total créditos	Moneda		
Monto crédito otorgado a emigrantes retornados	Moneda		
Monto total de crédito a migrantes			
Tasa porcentual del monto en créditos otorgados a los grupos en función del monto total de créditos otorgados por la institución.	%		
Número de operaciones de créditos dirigidos a los grupos	Número		
Número de operaciones de crédito totales	Número		

**4.4.2.5. Indicador: Inclusión Financiera Segmentada: Apoyo a Emprendimientos**

Dimensión:	Económica
Indicador:	Inclusión financiera segmentada: Apoyo a Primeros emprendimientos
Código:	<b>ECO205</b>

Dimensión:	Económica
Conceptualización:	Se trata del apoyo financiero que la institución otorga a los emprendimientos como diseño, administración y ejecución de un proyecto que se inicia como un negocio particular o microempresa, asumiendo los riesgos que implica lanzar al mercado un producto que busca clientes para obtener ganancias.
Unidad de medida:	Monto de créditos otorgados a Socios % de Valores crediticios concedidos
Cálculo del indicador	$\frac{\text{Monto de créditos otorgados a socios emprendedores (1er emprendimiento en el periodo } t_1)}{\text{Monto total de créditos otorgados en } t_1} * 100$
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros contables, cuentas de cartera de crédito
Responsables:	Departamento de cartera de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** Las instituciones financieras tienen un papel importante en la ejecución de proyectos de emprendimiento, ya que la oferta de financiamiento es la piedra angular en las diversas etapas del desarrollo del emprendedor, pudiendo ser uno de los motivos del fracaso si no se considera los aspectos relacionados a tasa de interés, plazo, periodo de gracia, asistencia técnica, legal y tributaria.

Dentro del contexto anterior, el indicador requiere que se cada año mientras esté en vigencia el financiamiento, la asistencia técnica y seguimiento del proceso del negocio y su permanencia en el mercado indistintamente del cálculo del valor porcentual de créditos otorgados con relación a la totalidad de operaciones crediticias realizadas.

Este indicador establece qué medida las instituciones apoyan mediante financiamiento a los emprendimientos y determina si durante el plazo de vigencia del crédito otorgado, el negocio estuvo marchando y generando recursos que aporten al pago de los factores de la producción, en los que está incluido el costo de capital.

**Información y Metodología:** Número de créditos destinados a financiar emprendimientos, valores que representan y monto total de todas las operaciones de financiamiento de la institución.

Se calcula la relación porcentual entre el valor total de los créditos que financian emprendimientos y la totalidad de créditos de la institución. Como segundo proceso metodológico se presentará cada año el número de emprendimientos que siguen funcionando de acuerdo con la fecha en el cual fueron financiados por la institución. Este último indicador es importante ya que muestra la tasa de mortalidad de los emprendimientos o su consolidación.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año $t_{-1}$	Año $t$
Monto total créditos de la institución	Moneda		
Monto crédito que financian emprendimientos	Moneda		
Tasa porcentual créditos dirigidos a emprendimientos	%		
Número de operaciones de créditos dirigidos a emprendimientos (año $t$ )	Número		
Número de operaciones de créditos dirigidos a emprendimientos (año $t+1$ )	Número		
Número de operaciones de créditos dirigidos a emprendimientos (año $t+2$ )			
Número de operaciones de créditos dirigidos a emprendimientos (año $t+n$ ) (hasta que el plazo concluya)			

**Limitantes del Indicador:** Uno de los limitantes del indicador es que, al evaluar la tasa de mortalidad o consolidación de los emprendimientos, esta no resulte verás, debido a que los socios siguen cancelando las cuotas sobre el crédito a pesar de que el negocio se haya extinguido.

#### 4.4.2.6. Indicador: Inclusión Financiera Segmentada: Tipos de Créditos

Dimensión:	Económica
Indicador:	Inclusión financiera segmentada: Tipos de Créditos
Código:	<b>ECO206</b>
Conceptualización:	<p>Se diferencian los tipos de financiamiento que ofrece la cooperativa y se evalúa el porcentaje de participación de estos en el valor total de créditos concedidos.</p> <p>La evaluación radica en el análisis del efecto ocasionado en determinado sector, es decir el impulso que se concede a los diferentes sectores productivos. Se diferencian las actividades de los socios que acceden a los créditos que ofrece la cooperativa y se evalúa el porcentaje de estas destacando el aporte a la economía de la localidad, provincia y/o país.</p> <p>Se destaca además las actividades que indican estabilidad en ingresos y generan productividad y menos riesgo tanto para socios depositantes, a las fuentes de fondeo, como para los socios deudores.</p>
Unidad de medida:	Monto según tipo de créditos otorgados a Socios % de Valores crediticios concedidos
Cálculo del indicador	$\frac{\text{Monto de crédito segmentado } t_1}{\text{Monto total de créditos otorgados en } t_1} * 100$
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros contables, cuentas de cartera de crédito
Responsables:	Departamento de cartera de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

La pertinencia, finalidad, información y metodología se aplicará a cada segmento de crédito según su finalidad y aporte a la economía del sector; es similar a las detalladas en los indicadores ECO 201- ECO 205.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año t <sub>1</sub>	Año t
Monto total créditos de la institución	Moneda		
Monto crédito según su tipología: Productivo, comercial, agrícola, microempresarial, hipotecario, etc	Moneda		
Tasa porcentual créditos según la tipología	%		

**Limitantes del Indicador:** Ninguno establecido

**4.4.2.7. Inclusión Financiera Segmentada: Socios Menores a 18 Años**

Dimensión:	Económica
Indicador:	Inclusión financiera segmentada: Socios menores a 18 años
Código:	<b>ECO207</b>
Conceptualización:	Se refiere a las cuentas creadas a nombre de menores de edad como una estrategia de <i>educación e inclusión financiera</i> considerada como instrumento para estimular el crecimiento y aumentar la estabilidad financiera, temas que los niños y jóvenes deben conocer ampliamente. Se toma en cuenta el ingreso de socios menores a 18 años a la COAC en un periodo determinado.
Unidad de medida:	Número de cuentas creadas por rango de edad. Menores de 18 años
Cálculo del indicador	Número de socios con cuentas creadas por rango de edad, menor a 18 años
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros cuentas
Responsables:	Departamento de cuentas
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** La población joven al ser numerosa y estar alrededor del mundo, el país y en la localidad, se convierte en un potencial sin explotar, son la próxima generación en el manejo de la economía y finanzas de los países, destacándose la existencia de impactos positivos en el alfabetismo

financiero y acceso a servicios de cuentas de ahorro como generadores de volumen de recursos para la inversión. Por otro lado, es importante el aprovechamiento de la normativa regulatoria de las instituciones financieras que permiten la apertura de una cuenta de ahorro para un joven bajo tutela.

Si bien es cierto el monto y la regularidad en que los jóvenes realizan transacciones de depósito en ahorros no son los mejores, se considera que, la importancia radica en el conocimiento que van adquiriendo a lo largo de su permanencia en la institución financiera, en este caso en las cooperativas de ahorro y crédito, la que se consolidará con el transcurso de los años en los que serán considerados como un segmento de mercado maduro, que con toda probabilidad buscarán financiamiento para sus emprendimientos y necesidades empresariales.

Se establece la medida en que las instituciones financieras consideran a los niños y jóvenes como potenciales futuros socios que solicitarán servicios de financiamiento con el conocimiento previo de las ventajas del ahorro como instrumento de crecimiento económico, esto bajo el respeto y consideración que se les otorgará de manera legítima como socio importante de la COAC. Es trascendental que se les facilite la sostenibilidad de los servicios de ahorro mediante incentivos dirigidos y basados en los principios de la banca juvenil como por ejemplo el análisis de satisfacción, estrategias comunicacionales propicias para jóvenes y niños.

**Información y Metodología:** Es Número cuentas de ahorro creadas durante el año contable. Recopila los valores que representan el número de socios nuevos menores de 18 años ingresados cada periodo. Es importante que la COAC establezca el promedio de ahorros que los jóvenes y niños mantienen anualmente, considerando las estrategias que la institución realiza para motivar a que dichas transacciones sean regulares, y, se pueda fomentar el ahorro con miras a llegar a una meta o conseguir un propósito llamado monto final.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año $t_{-1}$	Año $t$
Número de socios menores a 18 años	Moneda		
Saldo promedio anual en ahorros	Moneda		

**Limitantes del Indicador:** Ninguno establecido.

#### 4.4.2.8. Inclusión Financiera Segmentada: Servicios Financieros Otorgados a Socios de la Tercera Edad

Dimensión:	Económica
Indicador:	Inclusión financiera segmentada: Servicios de crédito otorgados a socios de la tercera edad
Código:	<b>ECO208</b>
Conceptualización:	Se trata de créditos ofertados a los adultos mayores con fundamento en su renta de jubilación que muchas veces no es suficiente para enfrentar gastos corrientes. Se considera además que muchas personas consideradas adultos mayores aún laboran o realizan actividades que les generan ingresos. En lo que respecta al servicio de cuentas de ahorros, la RSE de las cooperativas radica también en que estas deben ofrecer asistencia al adulto mayor en el manejo de sus finanzas, así como el establecimiento y seguimiento de actividades sospechosas que afecten el patrimonio del socio.
Unidad de medida:	Valor total y/o Valores crediticios expresados en porcentaje concedidos a socios de la tercera edad
Cálculo del indicador	Monto de crédito otorgados a socios de la tercera edad/ Monto total de créditos
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros contables, cuentas de cartera de crédito
Responsables:	Departamento de cartera de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** Las personas mayores a 60 años consideradas dentro del grupo de la tercera edad, tienen necesidades distintas a las del resto de la población en relación a, la salud, alimentación, vivienda y en ciertos casos en lo que se relaciona con algunas actividades productivas; por su edad considerada como elevada, son excluidas del sistema financiero y además de no tener ingresos estables se ven en la necesidad de acudir a fuentes alternativas de financiamiento de costos altos.

En consecuencia, las instituciones financieras tienen una gran responsabilidad al incluir este segmento de la población dentro de los grupos considerados



como sujetos de otorgamiento de servicios financieros, además de establecer acciones que van en beneficio de ellos como:

- Suministrar de forma ágil el acceso al crédito emergente
- Crear y ofrecer productos financieros dirigidos a sus necesidades como es el ahorro meta para gastos de salud, recreación, etc.
- Ejecución de programas de educación financiera y manejo de las herramientas virtuales las que deben ser sencillas (sin perder la seguridad cibernética) para que el adulto mayor la utilice sin dificultad, permitiéndoles alejarse de la vulnerabilidad de los sistemas financieros que cada vez son más digitales.
- Asesoramiento en sus inversiones y acompañamiento en estas para evitar fraudes que por lo general provienen de los círculos más cercanos del adulto mayor

Al establece el indicador se hace una estimación especial a los socios de las instituciones considerando su edad y las características peculiares de esta. Si bien el indicador se fundamenta en evaluar y cuantificar el acceso a los servicios de crédito, es importante que la cooperativa dentro de su RSE valore al socio otorgándole ese acompañamiento y asesoramiento en el uso de los servicios y herramientas financieras, ya que este segmento de la población muchas veces no cuenta con personas de confianza que les confieran asistencia.

**Información y metodología:** Monto de crédito otorgado a personas de la tercera edad, valor total de créditos. Se entiende además como la relación entre el monto en créditos dirigidos a personas de la tercera edad y el valor total de los créditos otorgados por la institución, por otro lado, se establece una memoria de las actividades de asistencia a los adultos mayores realizadas durante todo el año evaluado;

Se recomienda que se identifique y se caracterice los aspectos y situaciones a las que los adultos mayores son vulnerables y que se ha logrado solucionar con el asesoramiento y asistencia dentro del sistema financiero de la institución.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Año t <sub>-1</sub>	Año t
Monto total créditos de la institución	Moneda	Monto total créditos de la institución	Moneda
Monto crédito dirigido a personas de la tercera edad	Moneda		Moneda
Tasa porcentual créditos dirigido a personas de la tercera edad	%	%	%
Datos alternativos como información que representa RSE			
Número de asistencia y resolución de casos considerados como posibles fraudes dirigidos a los socios de la tercera edad	Número	Numero en t-1	Número en t

**Limitantes del Indicador:** Los adultos mayores al ser personas vulnerables, pueden ser considerados por sus allegados como un intermediario para acceder al financiamiento al contar algunos de ellos con un patrimonio concreto, es así como se produce que el crédito en su forma verdadera financie otras actividades diferentes a las que el solicitante exteriorizó, estableciéndose información no real para el propósito del indicador.

**4.4.2.9. Autonomía de la Institución: Captación de Valores en Relación con las Fuentes de Fondo (Concentración de Ahorros e Inversiones)**

Dimensión:	Económica
Indicador:	Autonomía de la Institución: Captación de valores según fuentes de fondeo
Código:	<b>ECO209</b>
Conceptualización:	Se calcula el valor de los fondos captados según las fuentes de financiamiento sin que sus aportes de capital sobrepasen un porcentaje que ponga en riesgo la autonomía de la cooperativa y de todos los socios tomando en cuenta la normativa y leyes establecidas por la Superintendencia de Bancos y Seguros
Unidad de medida:	Valor

Dimensión:	Económica
Cálculo del indicador	Monto de los cien mayores aportantes de fondos/Monto total de captaciones e inversiones
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros contables, cuentas de certificados de depósito, ahorros
Responsables:	Departamento de
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** Dentro del riesgo por liquidez que afrontan las instituciones financieras está el causal de la no determinación de la concentración de pasivos y los correctivos a tiempo, dirigidos a una movilización de depósitos de forma inesperada y la de evitar poner en riesgo la autonomía de la institución. Si bien es cierto la concentración ocasiona estabilidad, puede ser también un riesgo ante la ocurrencia de una crisis donde la cooperativa no pueda cubrir sus obligaciones.

El indicador tiene como finalidad determinar la concentración de ahorros e inversiones de los cien y cincuenta socios mayoritarios en las cooperativas pertenecientes al segmento uno, para el segmento dos se aplicará a los 50 mayores socios cuenta ahorristas e inversionista; se recomienda que para las instituciones financieras pertenecientes al segmento 3 se estimen las aportaciones de los 25 mayores socios. Para el segmento tres y cuatro se aplicará a los 10 socios o se determinará cuál es el número de socios que poseen el 50% del monto total de inversiones y ahorros en la entidad.

**Información y Metodología:** Monto total de las inversiones y depósitos de cada socio, establecerlos de mayor a menor aporte en ahorros e inversiones.

Para el desarrollo de la metodología, se entiende a la relación entre el monto del número de socios descrita para cada grupo y el valor total de ahorros e inversiones en la institución. El cálculo es en monto total y en participación porcentual.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Valor Año t <sub>-1</sub>	Valor Año t
Monto total de depósitos e inversiones	Moneda		
Participación de los 100 mayores ahorrista e inversionistas	Moneda		Moneda
Participación de los 50 mayores ahorrista e inversionistas			
Participación de los 25 mayores ahorrista e inversionistas			
Participación de los 10 mayores ahorrista e inversionistas			
% de socios de poseen el 50% de las inversiones y depósitos			

**Limitantes del Indicador:** No se ha identificado.

**4.4.2.10. Indicador: Inclusión Financiera - Calidad y Tipo de Servicios de Ahorro e Inversión**

Dimensión:	Económica
Indicador:	Inversión socialmente responsable: Planes de depósito o certificados de depósitos dirigidos a jubilación, inversión en educación y estudios, riesgo de enfermedad, ahorros por futura maternidad, ahorros por desempleo.
<b>Código:</b>	<b>ECO210</b>
Conceptualización:	Se evalúa la innovación de servicios ofrecidos a los socios según sus necesidades, por otro lado, la tasa de interés pasiva ofrecida a los planes de inversión socialmente responsables podrá ser superior a la emitida por el Banco Central para motivar el ahorro direccionado a los planes de inversión en mención.
Unidad de medida:	Existencia de programas de inversión con enfoque socialmente responsable por año. Valor de Inversiones según planes de inversión socialmente responsable por año.
Cálculo del indicador	Si existe No existe Valor de Inversiones socialmente responsables/Monto total de Inversiones

Dimensión:	Económica
Tipo:	Cualitativo Cuantitativo
Información Documental:	Registros contables, cuentas
Responsables:	Departamento de inversiones
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** Los productos y servicios de ahorro e inversión para cada grupo de acuerdo con sus necesidades, está direccionado a gestionar de manera acertada las actividades con los recursos generados por la inversión, además de asegurar el cumplimiento a cabalidad de dichos planes, es así como:

- A los jubilados es necesario ofrecerles e incentivar el ahorro e inversión en productos que ofrezcan planes de jubilación adicional a la que cuentan con el servicio de seguridad pública, esto garantizará ingresos para el cuidado de su salud, turismo, recreación, cambio de domicilio ciudad – campo, es decir “actividades personalizadas” al estilo de vida que llevan, permitiéndoles además la autonomía e independencia económica en su vida pasiva. Dentro de este contexto será necesario caracterizar las actividades, deseos y anhelos que tienen los adultos mayores tales como las ya mencionadas.
- La educación siempre tiene una connotación a largo plazo, se puede aprovechar las ventajas de esta característica y ofrecer planes de inversión que puedan solventar el 100% de los costos universitarios que es el nivel al cual los jóvenes aspiran llegar y culminar sus estudios que profesionalmente les generará ingresos. Esta acumulación de fondos requiere de un compromiso responsable para los padres de familia, que estando en condiciones de generar ingresos pueden destinar una parte como ahorro para obtener un monto final, tomando en cuenta que una buena educación universitaria para sus hijos les brinda una mayor probabilidad de alcanzar mayores ingresos accediendo a mejores empleos, y de tener una vida profesional exitosa.

- La maternidad sin duda alguna es la mejor experiencia para muchas mujeres, pero al mismo tiempo puede verse ensombrecida por problemas financieros al momento de concretarse. Los servicios de inversión financiera o ahorros programados motivados y enfocados a cubrir la maternidad deben ser considerados dentro de la RSE de las instituciones, y, aunque se desenvuelvan en el corto plazo, se da la posibilidad de migrar a la inversión enfocada otro motivo y continuar como por ejemplo con el ahorro infantil.
- La economía de los países depende de muchos factores entre ellos las decisiones políticas, fiscales, monetarias entre otras, todas ellas afectan a una variable macroeconómica que es el empleo convirtiéndola posiblemente en desempleo. Es necesario que las cooperativas de ahorro y crédito otorgue la importancia a este problema social que afecta a un porcentaje de la población y se eduque financieramente al socio optando por acceder a planes de ahorro e inversión previsorios que puedan solventar los gastos en una posible recesión económica que cause desempleo viéndose afectado el socio.

Al valorar y cuantificar el número y el monto que corresponde al ahorro programado o inversión dirigida a la acumulación de fondos que solventen una necesidad o gasto específico como los detallados, la institución está captando recursos que servirán para la inversión, pero además está siendo responsable en mejorar la calidad de vida de sus asociados en todas las actividades cotidiana necesarias para vivir.

**Información y Metodología:** Se necesita el monto total de las inversiones y depósitos, y el monto de depósitos e inversiones de acuerdo con cada plan de ahorro o meta diseñado para el efecto. Se entiende a la relación entre el monto de inversiones caracterizada y el monto total de inversiones y ahorro en la institución financiera.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Valor Año $t_{-1}$	Valor Año $t$
Monto total de depósitos e inversiones	Moneda		
Monto total de depósitos e inversiones para jubilación	Moneda		

Indicador	U. Medida	Valor Año $t_{-1}$	Valor Año $t$
Tasa porcentual			
Monto total de depósitos e inversiones destinados a estudios universitarios			
Monto total de depósitos e inversiones destinados gastos de maternidad			
Tasa porcentual			
Monto total de depósitos e inversiones destinados eventual desempleo			
Tasa porcentual			
Monto total de depósitos e inversiones destinados a otros			
Tasa porcentual			

**Limitantes del Indicador:** No existe un limitante.

#### 4.4.2.11. Inclusión Financiera: Calidad y Tipo de Servicios de Seguros Exigibles

Dimensión:	Económica
Indicador:	Seguros sostenibles direccionados a los créditos
Código:	<b>ECO211</b>
Conceptualización:	Se coordina la contratación de seguros direccionados a los créditos de forma efectiva, estos pueden ser: seguros a microemprendimientos, agrícolas, lucro cesante, enfermedad del socio deudor, por despido intempestivo, entre otros.  Se coordina con la institución aseguradora las cláusulas del contrato de seguros las mismas que se enmarcan en una protección al máximo del socio.
Unidad de medida:	Si existe ( ) No existe ( ) Número de reclamos de seguros efectivizados
Cálculo del indicador	Número de efectivizaciones atendidas favorablemente/ Total de contratos de seguros
Tipo:	Cualitativo Cuantitativo

Dimensión:	Económica
Información Documental:	Registro de contratos de seguros Registros de solicitud de efectivización de seguros, Número de seguros atendidos favorablemente
Responsables:	Departamento de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** El órgano regulador de las instituciones tanto del sector bancario como del sector de la Economía Popular y Solidaria señala que, una de las finalidades de un contrato de seguro adquirido parte del prestatario, es garantizar a la institución financiera la recuperación total del saldo de la deuda, pero dentro de la RSE, se estima que estos contratos de seguro amparen o minimicen el riesgo al socio deudor ante una eventualidad que posiblemente es la causa para que no se puede cumplir a tiempo con los pagos a la institución.

Es necesario que la cooperativa como fundamento de RSE anteponga la seguridad de sus socios a la rentabilidad, previendo que los contratos de seguros realmente amparen a este último. Al hacer un análisis de las situaciones de riesgo y los motivos para el atraso en el pago de los créditos o que el socio no esté en la capacidad del pago del saldo de la deuda, son:

- Despido intempestivo (seguro de desempleo)
- Pérdida de la producción total o parcial (pérdida de sembríos, incendio de planta, etc.), cobertura agrícola, daño de activos productivos.
- Invalidez o muerte (seguro exigible, desgravamen)
- Enfermedad catastrófica,

Los seguros que amparen la cancelación del saldo de la deuda deben ser direccionados de forma eficaz, de esta manera el socio no se verá afectado económicamente ni tampoco en su historial crediticio. Sin embargo, es importante la gestión que el asesor de crédito esté en capacidad de realizar una vez que ha cumplido con las exigencias legales, esto es, en exponer al socio las características y tipo de cobertura que el seguro otorga, así como los requisitos y requerimientos que debe cumplir para efectivizarlo, situaciones que muchas veces se dan por entendidas, pero el deudor no valora su finalidad en ese momento, ya que está concentrado en recibir el crédito para utilizarlo en su plan de gasto o inversión.



**Información y Metodología:** Se necesita la caracterización y compilación de los contratos de seguros que amparan los créditos del periodo anual, número de reclamos de efectivizaciones, efectivizaciones procesadas.

Es necesario que la institución cuente con el detalle contable del valor que las empresas aseguradoras han cancelado a la cooperativa por efectivización de contratos de seguro, valores que se traducen en beneficios para el socio (o sus beneficiarios) que ha sufrido una eventualidad y no le ha permitido cumplir con los pagos pactados.

**Presentación:**

Indicador	Existe o no	Valor Año $t_{-1}$	Valor Año $t$
Seguro por desempleo	Si ( ) No ( )		
Seguro por cobertura agrícola	Si ( ) No ( )		
Seguro por enfermedad catastrófica	Si ( ) No ( )		
Otros tipos de seguro con características socialmente responsables			
Número de solicitudes para efectivización de seguros			
Solicitudes atendidas favorablemente (gestión de la institución financiera ante la empresa aseguradora)			
Monto cancelado a la institución por efectivización de contratos de seguro.	Moneda		

**Limitantes del Indicador:** La no valoración de los reclamos atendidos satisfactoriamente sobre los contratos de seguro exigibles con el desembolso del crédito por la razón que precisamente son exigibles, pero cuantitativamente se convierten en beneficio para el socio afectado, o la cuantificación de los valores desembolsados por contratos de seguros direccionados a un producto específico que se convertiría en exigible como es el caso de los seguros agrícolas que algunas cooperativas los tienen como requisito exclusivamente para la otorgación del producto de crédito.

#### 4.4.2.12. Indicador: Gestión de la Cooperativa - Gestión Económica Dirigida a los Stakeholders

Dimensión:	Económica
Indicador:	Generación de valor dirigida a los stakeholders
Código:	<b>ECO212</b>
Conceptualización:	Se refiere a los sueldos y salarios entregados, los valores como aportaciones a la seguridad social, pago de utilidades y excedentes a empleados y trabajadores, pago a proveedores por bienes y servicios recibidos, pago de impuestos, contribuciones a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, Corporación del Seguro del Depósito (COSEDE).
Unidad de medida:	Valor en moneda corriente
Cálculo del indicador	Montos totales dirigido a cada stakeholders
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros de sueldos y salarios Registro de pagos seguridad social Intereses pagados a socios Registros de pagos a proveedores Impuestos al GAD Municipal de las provincias donde opere la cooperativa IR Pagos de aportes a la COSEDE
Responsables:	
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Empleados Socios de la COAC Proveedores Instituciones recaudadoras de impuestos Instituciones controladoras de actividades

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** En lo que respecta al funcionamiento y crecimiento de las organizaciones de Economía Popular y Solidaria que se establecen en una población de acuerdo a sus condiciones socioeconómicas, se han implementado los mecanismos para que los diversos agentes del mercado de factores fluyan en función de la oferta y demanda, esto específicamente en

el mercado laboral, donde las cooperativas han generado fuentes de empleo demandando de personal con los conocimientos en el área de las finanzas que son retribuidos con una remuneración y aportes a la seguridad social que les otorga principalmente la cobertura de salud y pensión por jubilación.

Por otra parte, en el mercado de bienes y servicios, las actividades crediticias, de inversión y de ahorro promueven a los agentes económicos como proveedores de estas directamente con la institución o con la población en general. Así mismo, se valora las contribuciones a las instituciones públicas o de control en cumplimiento de las exigencias como es el COSEDE que prevé los procesos garantistas para los recursos de los depositantes. De este modo, es indispensable que las cooperativas del sector financiero realicen el control por su parte del cumplimiento de estos indicadores que tienen relevancia por la relación directa con algunos de sus stakeholders.

**Información y Metodología del Indicador:** EEn el proceso del registro contable las instituciones financieras procesan los valores destinados a sueldos y salarios en los roles de pago, la aportación a la seguridad social, los registros de valores pagados a proveedores en general y en especial a los locales, la cuenta de intereses a socios, las cuentas de aportes a la SEPS y COSEDE, y, finalmente la cuenta de impuestos pagados en el periodo por renta; es decir la información es de fácil acceso y recopilación.

Principalmente es la presentación de los montos que se han procesado en el año contable para cada indicador, se puede hacer una diferenciación en el pago a proveedores locales y proveedores en general en función del lugar de operaciones de la institución. Como todos los indicadores luego de obtener los datos de dos años consecutivos se valorará el aporte de la institución a la RSE dirigida a las partes interesadas.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Valor Año $t_1$	Valor Año $t$
Sueldos y salarios	Moneda		
Aportes al IESS	Moneda		
Pago proveedores	Moneda		
Pago proveedores locales	Moneda		
Pago de intereses a socios	Moneda		

Indicador	U. Medida	Valor Año $t_{-1}$	Valor Año $t$
Aporte Municipios	Moneda		
Aportes SEPS	Moneda		
Aportes COSEDE	Moneda		

**Limitantes del Indicador:** No se encuentra limitantes para valorar los indicadores señalados.

#### 4.4.2.13. Indicador Gestión de la Cooperativa - Definición de Tasa de Interés

Dimensión:	Económica
Indicador:	Tasas de interés
Código:	<b>ECO213</b>
Conceptualización:	Se refiere al valor de la tasa de interés activa de los créditos en relación con la tasa activa referencial del Banco Central de Ecuador. Se espera una tasa inferior por parte de la COAC como RSE hacia sus socios. Se diferencia o categoriza por segmentación y tipo de crédito.
Unidad de medida:	Cumplimiento del indicador Montos de crédito otorgados a una tasa menor que la referencial efectiva emitida por el Banco Central.
Cálculo del indicador	Se registra el valor de la tasa de interés aplicada por la COAC con relación a la tasa máxima emitida por el BCE en la fecha de otorgamiento y proceso de cada operación crediticia.
Tipo:	Cualitativo Cuantitativo (número de operaciones)
Información Documental:	Documentos de operación crediticia Registro de Tasas de interés otorgada Tasa de interés referencial efectiva vigente en el Banco Central
Responsables:	Departamento de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** Este indicador facilita evaluar la RSE que la institución tiene hacia sus socios y el compromiso de apoyar a su crecimiento económico al otorgar créditos con tasas de interés que puedan ser accesibles y solventadas por el deudor, abaratando los costos de inversión o de consumo dependiendo del segmento de crédito que se está gestionando. La tasa de interés es considerada una variable macroeconómica que influye en la economía de una región, por este motivo la importancia de las instituciones financieras y su rol dentro de este proceso, donde se pueden convertir en un pilar fundamental para que la inversión se incremente y con ello una serie de variables y aspectos macros que influyen en el Producto Interno Bruto como medida de crecimiento económico de un país.

**Información y Metodología:** Se requiere contar con el valor de la tasa de interés activa referencial que el Banco Central emitió para cotejar con la tasa de interés otorgada por la institución, además del monto del crédito que fue otorgado, como es el caso que no se registra contablemente esta variabilidad (de los créditos otorgados a menor tasa de interés en referencia a la indicada por el BCE), es necesario que se procesen los valores en un documento auxiliar de todas las operaciones realizadas en un año donde existan 4 columnas con datos y en función a cada segmento del crédito, de la siguiente manera.

Valor operaciones de crédito por segmento de crédito	Tasa interés referencial activa BCE	Tasa interés activa Cooperativa	Diferencia
--	-------------------------------------	---------------------------------	------------

La RSE radica en que la diferencia resulte en un valor positivo al tratarse de una tasa de interés activa, al final se valora el monto total de operaciones concedidas con esta característica. El indicador se presenta de la siguiente forma:

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Valor Año $t_{-1}$	Valor Año $t$
Créditos segmento X	Moneda		
Créditos segmento Y	Moneda		
Créditos segmento Z	Moneda		

**Limitantes del Indicador:** No existe limitante para el cálculo del indicador.

#### 4.4.2.14. Indicador: Gestión de la Cooperativa - Provisión para Cobertura de Riesgos en el Ámbito Laboral

Dimensión:	Económica
Indicador:	Provisiones riesgo reconocimiento laboral
Código:	<b>ECO214</b>
Conceptualización:	Se refiere al valor que se provisiona para reconocer un posible riesgo en casos en los cuales los empleados y trabajadores por factores externos deban cumplir actividades laborales sin que estas incrementen la productividad de la COAC como es el caso de pago de sueldos a trabajadores
Unidad de medida:	Valor en Estado Financiero
Cálculo del indicador	Monto acumulado en el periodo
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registro de Tasas de interés.
Responsables:	Departamento de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** Los empleados y trabajadores son vulnerables a situaciones imprevistas, administrativamente y de mayor envergadura nos referimos a la llamada teoría del “Cisne Negro”, situación que, en todas las regiones del mundo, justamente se presentó en este siglo XXI a partir del mes de febrero de 2020 con la llegada de la pandemia causada por un virus denominado Covid-19. Este evento hizo prevalecer la fortaleza de las personas y empresas por mantenerse en un mercado en el que la demanda por ciertos bienes y servicios empezó a disminuir, consecuente la oferta debió reducirse para que las empresas no entren en costos irrecuperables.

El cisne negro “Pandemia COVID-19” afectó a muchos empleos alrededor del mundo, algunas empresas se vieron obligadas a despedir personal, la RSE radica en la previsión de fondos para estas eventuales emergencias, y se pueda seguir manteniendo los puestos de trabajo hasta que el suceso se termine, sin embargo, no se puede estimar con precisión cuanto tiempo permanecerá este Cisne Negro en el mercado.

Sin duda alguna, que las cooperativas de ahorro y crédito puedan contar con fondos de previsión para solventar los gastos de sueldos y salarios o valores

para asistencia en este caso por enfermedad, es ya un acto responsable que se valora como RSE.

**Información y Metodología:** Se requiere el total de los valores contables que la institución provea en su Estado de Situación Financiera una vez que el sistema de gestión administrativo lo haya determinado y socializado.

El cálculo del indicador se refiere a la presentación del valor de provisiones y el valor efectivizado en ellas en el pago de remuneraciones a empleados que por motivos de fuerza mayor no desarrollaron sus actividades laborales de forma total o parcialmente, es decir el pago de sueldos será registrado en contrapartida a la cuenta de provisiones; además es el registro de gastos de asistencia por enfermedad, auxilio económico familiar u otros motivos que sean considerados RSE.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Valor Año t <sub>1</sub>	Valor Año t
Valor en provisiones	Moneda		

**Limitantes del Indicador:** No existe limitante para el cálculo del indicador.

**4.4.2.15. Indicador: Gestión de la Organización - Refinanciamiento de Obligaciones**

Dimensión:	Económica
Indicador:	Facilidades en refinanciamiento de deuda
Código:	<b>ECO215</b>
Conceptualización:	Se refieren a medidas extraordinarias de refinanciamiento de crédito por situaciones no imputables al socio que, tiene como finalidad primera el aliviamiento de la carga económica y en segunda instancia el mantenerse con un historial crediticio positivo.
Unidad de medida:	Valor
Cálculo del indicador	Monto total refinanciado en el periodo Número de procesos de refinanciamiento
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registro de Monto y cantidad de operaciones refinanciadas.

Dimensión:	Económica
Responsables:	Departamento de crédito
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y finalidad del Indicador:** Se trata de otorgar asistencia a las personas que por motivos no imputables se han visto afectados en sus ingresos y no pueden cumplir con sus obligaciones como en el caso de los microempresarios y emprendedores que tienen problemas de liquidez. Ante esto la iniciativa de las cooperativas de ahorro y crédito en otorgar asistencia personalizada a los socios que presentan este tipo de problemática y ofrecerles un proceso de refinanciamiento o reestructuración, es una acción enmarcada dentro de la RSE que beneficia a los socios eximiéndolos de gastos extras como de cobranzas o gastos judiciales.

Los procesos de cada cooperativa son distintos, deberán ajustarse a su realidad y a las necesidades de cada socio en función de sus posibilidades económicas y fortalezas, precautelando siempre la estabilidad económica y financiera de la institución. Se destaca que los procesos de refinanciamiento o reestructuración están considerados dentro de las actividades cooperativistas, pero no son comunes tomando en cuenta que, el avance de la sociedad ha hecho que se creen nuevas necesidades y nuevos obstáculos, además de la aparición inesperada de eventos que influyen en la condición y actividad productiva de los socios.

Es importante que este proceso de reestructuración o refinanciamiento esté dentro de los parámetros exigidos por los organismos de control, pero tratando siempre de asistir al socio de manera social y responsable.

**Información y Metodología:** Para estructurar el indicador se requiere tener acceso al valor total del saldo de créditos reestructurados y el número de procesos que representan dentro del periodo, siendo esta misma la metodología para su construcción. Las instituciones pueden valorar el indicador, resaltando los beneficios concedidos a los segmentos a los cuales han sido direccionados los procesos de refinanciamiento, plazos, y las nuevas tasas de interés cotejando con la tasa original contratada.



**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Valor Año $t_1$	Valor Año $t$
Valor refinanciado	Moneda		
Número de operaciones refinanciadas	Moneda		

**Limitantes del Indicador:** No existe limitante para el cálculo del indicador.

**4.4.3. Fundamento de la Dimensión Medioambiental**

La Guía de responsabilidad Social ISO26000 ( 2019) promueve el consumo sostenible de los recursos implementando medidas de eficiencia en el uso, tomando en cuenta prácticas y niveles de referencia que puedan ser medidos por indicadores; hace referencia además a las experiencias que se deben tener en el uso de material reciclado y reutilizarlos como medida de acciones concernientes al cuidado del medio ambiente.

Entre los recursos que menciona la Guía ISO26000 está la energía eléctrica, el agua potable, materiales de oficina y fábricas, entre otros, y sostiene que para implementar la gestión eficiente de los recursos se debe identificar los que son usados de manera incorrecta causando desperdicios y la contaminación ambiental. Luego, para asegurar la disponibilidad de los recursos en el futuro es necesario implementar la gestión mediante cambios en los patrones de volúmenes de consumo.

Los indicadores en la dimensión ambiental registran e informan las medidas de eficiencia que las cooperativas de ahorro y crédito deben adoptar.

**4.4.3.1. Indicador: Programa de Retorno de Envases**

Dimensión:	Ambiental
Indicador:	Programa de retorno de envases
Código:	AMB301
Conceptualización:	Se refiere a contar con una planificación o actividad especial dirigida a procesos de retornos de envases, embalajes, cartuchos de tinta, u otro tipo de objetos obsoletos usados y generados dentro de la cooperativa y fuera de ella (comunidad) para su entrega o desecho de manera adecuada que comprende el reciclaje.

Dimensión:	Ambiental
Unidad de medida:	Nominal
Cálculo del indicador	Si se dispone del programa ( ) No se dispone del programa ( )
Tipo:	Cualitativo
Información Documental:	Elaboración del plan de retorno y reciclaje
Responsables:	Directivos
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Empleados, Socios, Directivos de la COAC y comunidad en general

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** La reutilización de los envases se enmarca en el pilar medioambiental que se enfoca hacia una vida sostenible en la cual todas las personas de un lugar participan. Los procesos que llevan a cabo las cooperativas implican solamente desechos de utilización de materiales de oficina, sin embargo, es importante que se implante un sistema de retorno de envases dirigido a la comunidad en general donde se incentive el reciclaje como herramienta del cuidado del medio ambiente, además de crear empleos de forma directa, convirtiéndose en una estrategia inclusiva, inteligente y comunitaria.

**Información y Metodología:** La gestión de los residuos inicia con los actores dentro de la cooperativa, diseñando metodologías para el proceso de retorno de envases y desechos de materiales utilizados en las actividades propias de la cooperativa, estos pueden ser: cartuchos de tinta de impresoras, cartones, entre otros. Mediante campañas de concientización dirigidas a la comunidad en general que fomenten la actividad, se recepta envases utilizados por esta, así mismo la cooperativa podrá entregar incentivos cuando logre el cometido; la institución identificará a los actores que requieran los envases retornados para el posterior reciclaje. Para evaluar el indicador se necesita el programa de retorno de envases.

### Presentación

Indicador	U. Medida	Si Existe	No Existe
Programa de retorno de envases	Respuesta Cualitativa		

**Limitantes del Indicador:** No existe limitante para el cálculo del indicador.

#### 4.4.3.2. Indicador: Consumo de Papel, Reutilización y Reciclaje

Dimensión:	Ambiental
Indicador:	Consumo de papel
Código:	AMB302
Conceptualización:	Una estrategia dirigida a la disminución en la utilización del papel para no generar un impacto ambiental repercutiendo además en la optimización y efectividad de los procesos reemplazando los recursos mediante la utilización de las TIC's, es decir la gestión de documentos generados dentro de la COAC en los departamentos que más se utilice papel, y, al mismo tiempo conservando los espacios de las instituciones financieras libres de almacenamiento de archivos físicos a excepción de los estrictamente necesarios (pagarés, tablas de amortización, papeles de valor financiero)
Unidad de medida:	Unidad monetaria
Cálculo del indicador	Valor correspondiente a gastos en adquisición de papel anual
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros contables gasto en suministros de papel
Responsables:	Departamento contable
Aplicabilidad:	Segmentos 3,4 y 5 Segmento 1 y 2 (indicativo)
Stakeholders	Empleados, Socios de la COAC y comunidad en general

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** La pertinencia radica en que la cooperativa al utilizar menos papel como material de oficina, está colaborando en la disminución de tala de árboles, donde las manufacturas encargadas de la producción de papel al contar con menos demanda del producto se verán obligadas a disminuir su producción y por ende la tala de árboles. En caso de estricta necesidad en la utilización de papel, se considerará la reutilización si el documento así lo permita.

Posterior a la reutilización se procede de tres formas diferentes con el papel optando siempre por la decisión más acertada que los directivos tomen. Estas son:

- Destrucción de papeles siguiendo protocolos para el efecto

- Archivo de papel reutilizado que la cooperativa deba conservar.
- Acopio de papel reutilizado que será entregado para el reciclaje tomando en consideración que esto no ocasione una posible difusión sensible de datos

La importancia del reciclaje radica además en el ahorro de agua, energía y uso de productos químicos en el proceso de fabricación de papel, por otro al sustituir su uso en el registro de los procesos de otorgación de servicios por parte de las cooperativas, hace que la prestación de servicios sea dirigida desde plataformas digitales o banca virtual la cuales han innovado

**Información y Metodología:** Para la formulación del indicador y su evaluación se requiere contar con el programa de concientización en la disminución de uso de papel al interior de la cooperativa, exteriorizarlo a la comunidad, seguido por la práctica de reutilización y reciclaje.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Si Existe	No Existe
Programa de disminución en el consumo de papel, reutilización y reciclaje	Respuesta Cualitativa		

**Limitante del Indicador.** - La disminución del uso de papel conlleva a que las instituciones financieras desarrollen plataformas digitales seguras y uso de las Fintech para el otorgamiento de servicios ágiles además del almacenamiento de información; esta innovación financiera requiere que las cooperativas procedan con la creación de plataformas que los usuarios en algunos casos no están dispuestos a utilizar por desconocimiento, prefiriendo los servicios de forma tradicional por lo que las cooperativas igualmente deben mantener esta modalidad que requiere el uso de papel.

**4.4.3.3. Indicador: Innovación y Creación de Servicios Financieros con la Aplicación de Nuevas Tecnologías**

Dimensión:	Ambiental
Indicador:	Innovación y creación de servicios con aplicación de nuevas tecnologías.
Código:	AMB303

Dimensión:	Ambiental
Conceptualización:	<p>Se refiere al uso de la tecnología y herramientas digitales en el desarrollo de los servicios financieros llamadas Fintech con base a la transformación digital, de esta forma brinda seguridad al socio y puede ahorrar costos a las COAC, evitar el uso de papel y mantener archivos físicos que se dañan y ocupan espacio.</p> <p>Se crearán estrategias para que los socios conozcan el uso de estas tecnologías y faciliten sus transacciones sin necesidad de movilizarse e incurrir en gastos.</p>
Unidad de medida:	Número
Cálculo del indicador	Número de transacciones efectuadas mediante el uso de las tecnologías Fintech
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Registros de transacciones mediante el uso de las Fintech
Responsables:	Departamento Informático
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3
Stakeholders	Socios de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** La RSC no puede concebirse sin un nuevo paradigma que hace referencia a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC'S), debido a que más personas de diferentes lugares en búsqueda de adquirir bienes y servicios acceden a la asistencia de internet, es decir los medios digitales han reemplazado a los tradicionales en cuanto a la información. Las cooperativas de ahorro y crédito al ofrecer atención de calidad a los socios deben combinar la prestación de servicios con las TIC'S, que otorgan beneficios como ahorro de recursos, tiempo, impresiones de documentos y movilización de los socios; sin embargo, esta prestación de servicios debe ser íntegra brindando al socio plataformas seguras y de fácil manejo.

**Información y Metodología:** Para el cálculo del indicador se requiere que la institución mantenga un registro de las transacciones que se han llevado a efecto a lo largo del ejercicio contable mediante el uso de las Fintech.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Valor Año t <sub>-1</sub>	Valor Año t
Número de transacciones efectuadas mediante uso de Fintech	Moneda		

**Limitante del Indicador.** – No se establece limitantes.

**4.4.3.4. Indicador: Uso Eficiente de Recursos (Energía Eléctrica y Agua Potable)**

Dimensión:	Ambiental
Indicador:	Consumo de energía eléctrica y agua potable
Código:	AMB304
Conceptualización:	Consumo de Kw/Empleado estimado en el periodo realizando el cotejo del consumo promedio en el periodo t con el consumo del ejercicio contable anterior t-1. Se desea fomentar en el empleado o trabajador la responsabilidad con el uso eficiente de la energía sin incrementar el consumo promedio de un año a otro.  Consumo de agua potable /Empleado estimado en el periodo realizando la comparación del consumo promedio en el periodo t con el periodo t <sub>-1</sub>
Unidad de medida:	Kilowatios de energía eléctrica promedio consumido por empleado m <sup>3</sup> promedio de agua potable consumido por
Cálculo del indicador	Kw de consumo promedio por empleado en el año M <sup>3</sup> de consumo promedio por empleado en el año t
Tipo:	Cuantitativo
Información Documental:	Facturas o planillas de registro de consumo de energía eléctrica de los 2 años (incluye el año que se evalúa los indicadores de RSE)
Responsables:	Departamento contable
Aplicabilidad:	Segmentos 1,2,3,4 y 5
Stakeholders	Empleados, trabajadores y directivos de la COAC

**Pertinencia y Finalidad del Indicador:** El consumo de energía eléctrica supone altos costos a diversas empresas en sus procesos de producción, y las cooperativas de ahorro y crédito no están exentas de incurrir en ellos, ya que al ofrecer los productos y servicios financieros requieren de la energía para

el normal desempeño durante todas las jornadas laborales en el ejercicio económico; además de significar altos costos para las empresas supone un impacto ambiental considerable por la emisión de contaminantes. Otro objetivo es de promover conductas responsables hacia el medio ambiente incentivando el ahorro del recurso agua que es muy necesario pero vulnerable, el ahorro significa la gestión estratégica para el desarrollo económico y social del país

Se desea fomentar en el empleado o trabajador la responsabilidad con el uso moderado de la energía eléctrica y del agua potable sin descuidar los procesos de otorgación de servicios en lo que corresponde al uso de electricidad, y, hábitos de higiene u otros usos dentro de la cooperativa por consumo de agua potable. El consumo se mide por empleado en un periodo determinado (año). La organización tiene la responsabilidad de la revisión continua de las instalaciones, asegurándose que no se incurra en pérdidas de energía además y de agua potable por instalaciones incorrectas.

**Información y Metodología:** Se trata de lograr una reducción en el consumo de energía eléctrica y agua potable con la aplicación de medidas necesarias en todos los departamentos de la cooperativa y la implantación de un método de monitoreo que permita conocer exactamente cuál es el consumo óptimo e indicar a los empleados el accionar de la institución para cumplir con el objetivo de uso eficiente de energía eléctrica y su correspondiente disminución en la emisión de gases de efecto invernadero, de igual forma el uso de agua potable como alternativa de reducción de costos para cooperativa y al mismo tiempo como un proceso de sustentabilidad para garantizar el cuidado y perdurabilidad de los recursos naturales.

**Presentación:**

Indicador	U. Medida	Valor Año $t_{-1}$	Valor Año $t$
Promedio de consumo de energía eléctrica por empleado		Kw/Número de empleados	
Promedio de consumo de M <sup>3</sup> de agua potable por empleado		M <sup>3</sup> /Número de empleados	

**Limitantes del Indicador:** No se ha determinado limitantes en la aplicación del indicador.

## Referencias

- Acemoglu, D., & Robinson, J. (2012). *Por qué fracasan los países? Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza*. Cuadernos del CENDES, 145-160.
- Alcarria, J. (2012). *Introducción a la contabilidad*. Barcelona: Sapientia. [Archivo PDF] Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/61411823.pdf>
- Altamirano Salazar, A., Pazmiño Arroyo, H., Espinoza Ochoa, P., & Cerda Prado, N. (2016). Análisis del gobierno corporativo en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador. *Revista economía y negocios*, 13-25. Obtenido de <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/economia-y-negocios/article/view/170/166>
- Argandoña, A. (1998). *La Teoría de los Stakeholders y el bien común*. [Archivo PDF] Obtenido de <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0355.pdf>.
- Arregui, R., Gerrero, R., Espinosa, S., Murgueytio, J., & Focke, K. (2012). De la definición de la Política a la Práctica: Haciendo Inclusión Financiera. *Publicaciones Económicas*, 101. Obtenido de Publicaciones del BCE.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (28 de 04 de 2011). Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Obtenido de *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*: <https://www.seps.gob.ec/interna-npe?760>
- Banco Mundial. (Noviembre de 2017). *Banco Mundial.org*. Obtenido de Inclusión Financiera: <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview#2>
- BANECUADOR. (julio de 2020). [banecuador.fin.ec/credito-mujer-emprendedora/](http://banecuador.fin.ec/credito-mujer-emprendedora/). Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/credito-mujer-emprendedora/>
- Castro Medina, A. (2018). *Economía popular y solidaria ¿realidad o utopía? Caracterización de las entidades de fomento*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.
- Cepal. (2007). Obtenido de <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/9/28729/P28729.xml&xsl=/prensa/tpl/p6f.xsl&base=/prensa/tpl/top-bottom.xsl>.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos El capital humano de las organizaciones*. México: McGRAW-HILL/.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2013). *Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores*. México, DF: CONEVAL.
- Coraggio, J. L. (2013). *La Presencia de la Economía Social y Solidaria (ESS) y su Institucionalización en América Latina*. Geneva: UNRISD publication.



- Corporación Andina de Fomento (CAF). (2018). *Políticas Públicas y transformación productiva*. Obtenido de <https://scioteca.caf.com/>.
- Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias. (2017). <http://www.finanzaspopulares.gob.ec/>. [Archivo PDF] Obtenido de <http://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Estrategia-de-acceso-a-financiamiento-para-migrantes-retornados.pdf>
- Del Castillo Sánchez, L. (2017). *La concepción de la economía popular y su aplicación para los proyectos locales en Cuba. Economía y Desarrollo*, 78-90. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381006>
- EKOS. (MARZO de 2012). Obtenido de *Revista EKOS*: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/responsabilidad-social-de-los-grupos-economicos-del-ecuador>.
- Europea, C. (Agosto de 2020). *Libro Verde*. [Archivo PDF] Obtenido de <https://itemsweb.esade.edu>: [https://itemsweb.esade.edu/wi/research/iis/pdfs\\_web/Libro\\_Verde.pdf](https://itemsweb.esade.edu/wi/research/iis/pdfs_web/Libro_Verde.pdf)
- EY. (Noviembre de 2018). Obtenido de EY: [https://www.ey.com/en\\_gl/assurance/does-nonfinancial-reporting-tell-value-creation-story](https://www.ey.com/en_gl/assurance/does-nonfinancial-reporting-tell-value-creation-story)
- Fajardo García, I. G. (2019). El reconocimiento legal de la economía social en Europa. Alcance y consecuencias. *Cooperativismo & Desarrollo*, 1-31.
- FEM. (13 de MARZO de 2018). Obtenido de *Foro Económico Mundial*: <https://es.weforum.org/agenda/2018/03/las-empresas-deben-tener-responsabilidad-social-desde-sus-inicios-aqui-se-explica-por-que/>
- Guerra, P., Jácome Estrella, H., Páez Pareja, J. R., Ruiz, M. J., Egúez, S., Mariño, M., . . . Flores, G. (2014). *Serie Estudios sobre Economía Popular y Solidaria Contextos de la "Otra Economía"*. Quito: Imprenta Calderón.
- ISO, S. C. (Junio de 2019). *Norma Internacional ISO 26000*. Obtenido de [www.iso.org](http://www.iso.org).
- Jácome Estrella, H., Sánchez, J., Oleas, J., Martínez, D., Torresano, D., Romero, D., . . . Valencia, F. (2016). *Economía Solidaria, Historias y prácticas de su fortalecimiento*. Quito: Publiasesores.
- Lara Gómez, G., & Rico Hernández, A. (2011). *La contribución de las cooperativas de ahorro y crédito al desarrollo local en Queretaro*, México. Revesco, 121-150.
- Maldonado Alcudia, A. V., Alvarado Borrego, A., & Contreras Loera, M. R. (2015). *El papel social de las cooperativas, un estudio de caso*. Congreso Internacional de contaduría, administración e informática, 1-18.
- Mariño, M., Arregui Solano, R., Guerrero, R. M., Mora, A., & Pérez, X. (2014). *Ecuador: cooperativas de ahorro y crédito e inclusión financiera*. Quito: Cooperativas de las Américas .

- Martínez Charterina, A. (2015). Las cooperativas y su acción sobre la sociedad. REVESCO. *Revista de Estudios Cooperativos*, 34-49. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36735416003>
- Melián Navarro, A., Palomo Zurdo, R. J., Sanchis Palacio, J. R., & Soler Tormo, F. (2006). La investigación en materia de cooperativas de crédito y de grupos cooperativos. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 25-64. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405603>
- Organización de las Naciones Unidas, O. (Abril de 2018). <https://www.unenvironment.org/>. Obtenido de <https://www.unenvironment.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/onu-medio-ambiente-y-16-bancos-producen-la-primera-guia>
- Ramírez Díaz, L. F., Herrera Ospina, J. d., & Londoño Franco, L. F. (2016). *El Cooperativismo y la Economía Solidaria: Génesis e Historia. Cooperativismo y Desarrollo*, 1-21. doi:10.16925/co.v24i109.1507
- Ressel, A., Silva, N., Coppini, V., & Nievas, M. (2013). *Manual Teórico práctico de introducción al cooperativismo*. La plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Rivera, J., & Guerra, P. (2020). *¿Qué es la inclusión financiera? Un análisis desde la teoría y la práctica*. Quito-Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Ruiz Rivera, M. J., & Lemaître, A. (2016). Economía solidaria en el Ecuador: institucionalización y tipos de organizaciones. *Ciencias Sociales Unisinos*, 282-298. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93849899002>
- Saltos Cruz, J. G., Mayorga Díaz, M. P., & Ruso Armada, F. (2016). La economía popular y solidaria: un estudio exploratorio del sistema en Ecuador con enfoque de control y fiscalización. *Cofin Habana*, 58. [Archivo PDF] Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v10n2/cofin03216.pdf>
- Secretaría Central de ISO. (2010). *Norma Intenacional ISO 26000* Guía de responsabilidad social. Ginebre, Suiza.
- Torres Peñafiel, N., Fierro López, P. E., & Alonso Alemán, A. (2017). Balance de la economía popular y solidaria en Ecuador. *Economía y Desarrollo*, 180-196. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381014>
- Valencia Agudelo, G. D. (2011). Teoría económica y formación del Estado nación: mercantilistas y liberalistas. *Ecos de economía*, 1-23.
- VISA. (2016). Obtenido de VISA: <https://www.visa.es/sobre-la-corporacion-visa/operar-con-responsabilidad.html>

## *Anexos*

Al efectuar la indagación de los datos y valores necesarios para construir los indicadores de responsabilidad social empresarial a las cooperativas de ahorro y crédito de la provincia de Loja - Ecuador, se obtuvo una matriz con la información de 4 cooperativas de los segmentos 1, 2, 3 y 4; en lo que respecta al segmento 5 no se pudo obtener dicha información, sin embargo, los indicadores pueden ser aplicados para la autoevaluación de todos los segmentos de las entidades cuyo análisis además dependerá de este.

## Anexo 1. Matriz información

INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

DIMENSIÓN: Social

MATRIZ SEGMENTO 1

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad		Respuesta	
		Respuesta	SI ( X )	NO ( )	Respuesta
SOC 101	Planificación de programa de inducción para nuevos empleados	Número			316
SOC 103	Número total de empleados y trabajadores de la COAC	Número			0
SOC 102	Número total de empleados despedidos	Número			0
SOC 103	Número total de empleados promovidos	Número			0
SOC 104	Disponibilidad de "Reglamento de Accidentes y enfermedades profesionales"	Respuesta	SI ( X )	NO ( )	
SOC 105	Mobiliario que se requieren para actividades específicas	Número			1000
SOC 105	Número de piezas mobiliario ergonómicas con las que se cuentan en la COAC	Número			316
SOC 106	Monto presupuestado para salud	Valor			
SOC 106	Número de atenciones médicas en el dispensario de la cooperativa	Número			
SOC 106	Número de atenciones médicas en convenio con otras instituciones de salud	Número			
SOC 107	Número de atenciones odontológicas en el dispensario de la cooperativa	Número			
SOC 107	Número de atenciones odontológicas en convenio con otras instituciones de salud	Número			
SOC 108	Número de convenios con farmacias	Número			
SOC 108	Número de servicios atendidos en farmacia en convenio (descuentos en farmacias; )	Número			
SOC 109	Cuentan con programa de prevención de enfermedades profesionales	Respuesta	SI ( X )	NO ( )	
SOC 109	Número de conferencias o charlas sobre temas de prevención de enfermedades profesionales	Número			
SOC 110	Solicitudes aprobadas para cambio de horarios (por necesidades personales, eventos con sus familiares, etc. )	Número			
SOC 110	Solicitudes totales para cambio de horarios	Número			

SOC	111	Solicitudes aprobadas para flexibilización de horarios en periodo de lactancia	Número	
SOC	111	Solicitudes totales para flexibilización de horarios en periodo de lactancia	Número	
SOC	112	Empleados con discapacidad	Número	
SOC	113	Número de trabajadores según su género	Número	Hombres: Mujeres:
SOC	114	Número de mujeres en cargos directivos (gerencia y jefes departamentales)	Número	
SOC	114	Número de hombres en cargos directivos (gerencia y jefes departamentales)	Número	
SOC	114	Total de Cargos directivos	Número	
SOC	115	Número de reclamos solucionados por parte de todos los grupos de interés	Número	48
SOC	115	Número total de reclamos	Número	48
SOC	116	Número de cursos, talleres, conferencias dirigido a empleados y trabajadores sobre Responsabilidad social empresarial	Número	
SOC	117	Número de cursos, talleres, conferencias dirigido a los grupos de interés en temas sociales, medioambiental, cooperativismo, desarrollo sostenible y cultura financiera	Número	76 CAPACITACIONES / 1031 PERSONAS
SOC	118	Monto asumido por la COAC para auspicios en capacitación a los empleados	Valor	
SOC	119	Existencia de un proceso de evaluación interno entre empleados y directivos	Respuesta	SI ( X ) NO ( )
SOC	120	Existencia de un manual de control interno	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC	121	Se realizan actividades extraordinarias (deportivas, culturales, educativas y de recreación )con directivos, empleados, socios, proveedores y sus respectivas familias (entre los stakeholders)	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC	122	Existencia de programas de desarrollo y apoyo a la comunidad	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC	122	Número de beneficiarios	Número	
SOC	122	Monto destinado a programas de desarrollo y apoyo a la comunidad	Valor	
SOC	123	Existencia de políticas para mitigar despidos y reducción de personal	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC	123	Número de despidos en el año	Número	1
SOC	124	Cuenta con una guía de estrategias para evitar el acoso sexual y laboral	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC	125	En los reglamentos internos existe alguna restricción a la libre asociatividad entre empleados y trabajadores	Respuesta	SI ( ) NO ( x )
SOC	126	Existe la contratación de un seguro privado de salud para los empleados y trabajadores	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC	126	Porcentaje del seguro privado asumido por la COAC	Porcentaje	100%
SOC	127	Existencia de un Código de ética y conducta (se lo socializa y aplica)	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC	128	Existencia de la memoria anual, socialización y aplicabilidad	Respuesta	SI ( x ) NO ( )

## INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

## DIMENSIÓN: Económica

## MATRIZ SEGMENTO 1

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados acada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Valor	Valor
ECO 201	Monto total de Créditos Otorgados	Moneda	\$ 127,071,080.40	
ECO 202	Monto de Créditos Otorgados/ Hombres	Moneda		
ECO 202	Monto de Créditos Otorgados/ Mujeres	Moneda	\$ 54,583,745.77	
ECO 208	Monto de Créditos Otorgados/ Socios Tercera edad	Moneda	\$ 9,160,913.63	
201	Monto de Créditos Otorgados en área rural	Moneda		
ECO 205	Monto de Créditos Otorgados Emprendimientos mujeres	Moneda		
ECO 205	Monto de Créditos Otorgados Emprendimientos hombres	Moneda		
ECO 203	Monto de Créditos Otorgados Microempresas	Moneda	\$ 55,282,381.00	
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 204	Monto de Créditos Otorgados Migrantes retornados	Moneda		
ECO 207	Número de nuevos socios menores de edad (Cuentas creadas según ley vigente)	Número		
ECO 209	Monto total de Fondo	Moneda		
ECO 209	Monto de los cinco mayores aportantes de fondos	Moneda		
ECO 209	Monto de los diez mayores aportantes de fondos	Moneda		
ECO 209	Monto de los cincuenta mayores aportantes de fondos	Moneda		
ECO 209	Monto de los cien mayores aportantes de fondos	Moneda		
ECO 210	Monto total de inversiones	Moneda	\$ 12,357,596.00	
ECO 210	Ofertan productos financieros con enfoque económico - social (Planes de inversión)	Respuesta	SI	NO (X)
ECO 210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos a jubilación	Moneda		
ECO 210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos a estudio	Moneda		

ECO 210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos a prevención y auxilio de enfermedades			
ECO 210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos a maternidad			
ECO 210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos por desempleo			
ECO 210	Otros planes de inversión con enfoque económico - social			
ECO 210	lucrosesantes, enfermedad socio deudor, microemprendimientos, otros)	Respuesta	SI	NO
ECO 211	Número de Contratos de seguros sostenibles	Número		
ECO 211	Número de efectivizaciones atendidas por contratos de seguros sostenibles	Número		
ECO 212	Seguro Social)			
ECO 212	Valor pagados a proveedores			
ECO 212	Intereses pagados a socios			
ECO 212	Impuestos pagados			
ECO 212	Contribuciones a la SEPS			
ECO 212	Utilidades y excedentes a empleados, trabajadores y directivos			
ECO 213	Tasas de interés			
ECO 214	Monto provisionado por riesgo en reconocimiento laboral	Respuesta	SI	NO
ECO 214	Monto acumulado provisionado por riesgo en reconocimiento laboral			

INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

DIMENSIÓN: Ambiental

MATRIZ SEGMENTO 1

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Valor	No (x)
ECO 301	Programa de retorno de envases utilizados en la cooperativa o fuera de ella	Respuesta	SI	
302	Valor gastado en útiles de oficina (papel, carpetas)			
ECO 303	Número de servicios financieros ofrecidos mediante servicio electrónico			
ECO 303	Número transacciones efectuadas virtualmente			
ECO 304	Número de empleados, directivos y trabajadores			316
ECO 304	Cantidad de Kilowatios de energía eléctrica consumida al año	5.872,32		
ECO 305	Metros cúbicos de agua potable consumida en el periodo	2.304		

## INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

## DIMENSIÓN: Social

## MATRIZ SEGMENTO 2

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Respuesta	
			SI ( )	NO ( X )
SOC 101	Planificación de programa de inducción para nuevos empleados	Respuesta		
SOC 103	Número total de empleados y trabajadores de la COAC	Número		36
SOC 102	Número total de empleados y trabajadores despedidos	Número		1
SOC 103	Número total de empleados y trabajadores promovidos	Número		0
SOC 104	Disponibilidad de "Reglamento de Accidentes y enfermedades profesionales	Respuesta	SI ( )	NO ( X )
SOC 105	Mobiliario que se requieren para actividades específicas	Número		978
SOC 105	Número de piezas mobiliario ergonómicas con las que se cuentan en la COAC	Número		33
SOC 106	Monto presupuestado para salud	Valor		
SOC 106	Número de atenciones médicas en el dispensario de la cooperativa	Número		5716
SOC 106	Número de atenciones médicas en convenio con otras instituciones de salud	Número		no
SOC 107	Número de atenciones odontológicas en el dispensario de la cooperativa	Número		571
	Número de atenciones odontológicas en convenio con otras instituciones de salud	Número		no
SOC 107		Número		no
SOC 108	Número de convenios con farmacias	Número	1 convenio farmacia cuxibamba	
	Número de servicios atendidos en farmacia en convenio (descuentos en farmacias.)	Número		
SOC 108		Número		
SOC 109	Cuentan con programa de prevención de enfermedades profesionales	Respuesta	SI ( )	NO ( x )
	Número de conferencias o charlas sobre temas de prevención de enfermedades profesionales	Número		10
SOC 109		Número		
	Solicitudes aprobadas para cambio de horarios (por necesidades personales, eventos con sus familiares etc.)	Número		0
SOC 110	Solicitudes totales para cambio de horarios	Número		0
SOC 111	Solicitudes aprobadas para flexibilización de horarios en periodo de lactancia	Número		0
SOC 111	Solicitudes totales para flexibilización de horarios en periodo de lactancia	Número		0



SOC 112	Empleados con discapacidad	Número	1
SOC 113	Número de trabajadores según su género	Número	Hombres: 14 Mujeres: 22
SOC 114	Número de mujeres en cargos directivos (gerencia y jefes departamentales)	Número	7
SOC 114	Número de hombres en cargos directivos (gerencia y jefes departamentales)	Número	6
SOC 114	Total de Cargos directivos	Número	13
SOC 115	Número de reclamos solucionados por parte de todos los grupos de interés	Número	0
SOC 115	Número total de reclamos	Número	0
SOC 116	Número de cursos, talleres, conferencias dirigido a empleados y trabajadores sobre Responsabilidad social empresarial	Número	4
SOC 117	Número de cursos, talleres, conferencias dirigido a los grupos de interés en temas sociales, medioambiental, cooperativismo, desarrollo sostenible y cultura financiera	Número	4
SOC 118	Monto asumido por la COAC para auspicios en capacitación a los empleados	Valor	2000
SOC 119	Existencia de un proceso de evaluación interno entre empleados y directivos	Respuesta	SI ( ) NO ( x )
SOC 120	Existencia de un manual de control interno	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC 121	Se realizan actividades extraordinarias (deportivas, culturales, educativas y de recreación )con directivos, empleados, socios, proveedores y sus respectivas familias (entre los stakeholders)	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC 122	Existencia de programas de desarrollo y apoyo a la comunidad	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC 122	Número de beneficiarios	Número	
SOC 122	Monto destinado a programas de desarrollo y apoyo a la comunidad	Valor	
SOC 123	Existencia de políticas para mitigar despidos y reducción de personal	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC 123	Número de despidos en el año	Número	1
SOC 124	Cuenta con una guía de estrategias para evitar el acoso sexual y laboral	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC 125	En los reglamentos internos existe alguna restricción a la libre asociatividad entre empleados y trabajadores	Respuesta	SI ( ) NO ( x )
SOC 126	Existe la contratación de un seguro privado de salud para los empleados y trabajadores	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC 126	Porcentaje del seguro privado asumido por la COAC	Porcentaje	100%
SOC 127	Existencia de un Código de ética y conducta (se lo socializa y aplica)	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC 128	Existencia de la memoria anual, socialización y aplicabilidad	Respuesta	SI ( x ) NO ( )

## INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

## DIMENSIÓN: Económica

## MATRIZ SEGMENTO 2

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Valor	Valor
ECO 201	Monto total de Créditos Otorgados	Moneda		
ECO 202	Monto de Créditos Otorgados/ Hombres	Moneda		
ECO 202	Monto de Créditos Otorgados/ Mujeres	Moneda		
ECO 208	Monto de Créditos Otorgados/ Socios Tercera edad	Moneda		
	201	Moneda		
ECO 205	Monto de Créditos Otorgados en área rural	Moneda		
ECO 205	Monto de Créditos Otorgados Emprendimientos mujeres	Moneda		
ECO 205	Monto de Créditos Otorgados Emprendimientos hombres	Moneda		
ECO 203	Monto de Créditos Otorgados Microempresas	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda		
ECO 204	Monto de Créditos Otorgados Migrantes retornados	Moneda		
ECO 207	Número de nuevos socios menores de edad (Cuentas creadas según ley vigente)	Número		
ECO 209	Monto total de Fondo	Moneda		
ECO 209	Monto de los cinco mayores aportantes de fondos	Moneda		
ECO 209	Monto de los diez mayores aportantes de fondos	Moneda		
ECO 209	Monto de los cincuenta mayores aportantes de fondos	Moneda		
ECO 209	Monto de los cien mayores aportantes de fondos	Moneda		
ECO 210	Monto total de inversiones	Moneda		
ECO 210	Ofertan productos financieros con enfoque económico - social (Planes de inversión)	Respuesta	SI	NO

ECO	210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos a jubilación	Moneda		
ECO	210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos a estudio	Moneda		
ECO	210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos a prevención y auxilio de enfermedades			
ECO	210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos a maternidad			
ECO	210	Monto de inversiones en planes o productos dirigidos por desempleo			
ECO	210	Otros planes de inversión con enfoque económico - social			
ECO	210	Los créditos son protegidos con seguros sostenibles (Seguros agrícolas, lucrosesantes, enfermedad socio deudor, microemprendimientos, otros)	Respuesta	SI	NO
ECO	211	Número de Contratos de seguros sostenibles	Número		
ECO	211	Número de efectivizaciones atendidas por contratos de seguros sostenibles	Número		
ECO	212	Sueldos y salarios empleados, directivos y trabajadores (incluye aportaciones al Seguro Social)			
ECO	212	Valor pagados a proveedores			
ECO	212	Intereses pagados a socios			
ECO	212	Impuestos pagados			
ECO	212	Contribuciones a la SEPS			
ECO	212	Utilidades y excedentes a empleados, trabajadores y directivos			
ECO	213	Tasas de interés	Respuesta	SI	NO
ECO	214	Monto provisionado por riesgo en reconocimiento laboral			
ECO	214	Monto acumulado provisionado por riesgo en reconocimiento laboral			

## INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

## DIMENSIÓN: Ambiental

## MATRIZ SEGMENTO 2

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Valor
ECO 301	Programa de retorno de envases utilizados en la cooperativa o fuera de ella	Respuesta	Si
302	Valor gastado en útiles de oficina (papel, carpetas)		No (x)
ECO 303	Número de servicios financieros ofrecidos mediante servicio electrónico		
ECO 303	Número transacciones efectuadas virtualmente		
ECO 304	Número de empleados, directivos y trabajadores		
ECO 304	Cantidad de Kilowatios de energía eléctrica consumida al año	5.872.32	
ECO 305	Metros cúbicos de agua potable consumida en el periodo	2.304	

## INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

## DIMENSIÓN: Social

## MATRIZ SEGMENTO 3

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Respuesta
SOC 101	Planificación de programa de inducción para nuevos empleados	Respuesta	SI ( ) NO (X )
102			
103			
105			
113			
114			
SOC 124	Número total de empleados y trabajadores de la COAC	Número	40
SOC 102	Número total de empleados y trabajadores despedidos	Número	0
SOC 103	Número total de empleados y trabajadores promovidos	Número	1
SOC 104	Disponibilidad de "Reglamento de Accidentes y enfermedades profesionales	Respuesta	SI ( ) NO (X )
SOC 105	Mobiliario que se requieren para actividades específicas	Número	80
SOC 105	Número de piezas mobiliario ergonómicas con las que se cuentan en la COAC	Número	0

SOC	106	Monto presupuestado para salud	Valor	0
SOC	106	Número de atenciones médicas en el dispensario de la cooperativa	Número	0
SOC	106	Número de atenciones médicas en convenio con otras instituciones de salud	Número	0
SOC	107	Número de atenciones odontológicas en el dispensario de la cooperativa	Número	0
SOC	107	Número de atenciones odontológicas en convenio con otras instituciones de salud	Número	0
SOC	108	Número de convenios con farmacias	Número	0
SOC	108	Número de servicios atendidos en farmacia en convenio (descuentos en farmacias; )	Número	0
SOC	109	Cuentan con programa de prevención de enfermedades profesionales	Respuesta SI ( ) NO ( X )	
SOC	109	profesionales	Número	2
SOC	110	Solicitudes aprobadas para cambio de horarios (por necesidades personales, eventos con sus familiares, etc. )	Número	15
SOC	110	Solicitudes totales para cambio de horarios	Número	1
SOC	111	Solicitudes aprobadas para flexibilización de horarios en periodo de lactancia	Número	2
SOC	111	Solicitudes totales para flexibilización de horarios en periodo de lactancia	Número	2
SOC	112	Empleados con discapacidad	Número	1
SOC	113	Número de trabajadores según su género	Número	Hombres: 13
SOC	114	Número de mujeres en cargos directivos (gerencia y jefes departamentales)	Número	Mujeres: 27
SOC	114	Número de hombres en cargos directivos (gerencia y jefes departamentales)	Número	9
SOC	114	Total de Cargos directivos	Número	5
SOC	115	Número de reclamos solucionados por parte de todos los grupos de interés	Número	14
SOC	115	Número total de reclamos	Número	
SOC	116	sobre Responsabilidad social empresarial	Número	1
SOC	117	Número de cursos, talleres, conferencias dirigido a los grupos de interés en temas sociales, medioambiental, cooperativismo, desarrollo sostenible y cultura financiera	Número	9

SOC	118	Monto asumido por la COAC para auspicios en capacitación a los empleados	Valor	7878.05
SOC	119	Existencia de un proceso de evaluación interno entre empleados y directivos	Respuesta	SI ( ) NO ( X )
SOC	120	Existencia de un manual de control interno	Respuesta	SI ( X ) NO ( )
SOC	121	Se realizan actividades extraordinarias (deportivas, culturales, educativas y de recreación) con directivos, empleados, socios, proveedores y sus respectivas familias (entre los stakeholders)	Respuesta	SI ( X ) NO ( )
SOC	122	Existencia de programas de desarrollo y apoyo a la comunidad	Respuesta	SI ( ) NO ( X )
SOC	122	Número de beneficiarios	Número	N/A
SOC	122	Monto destinado a programas de desarrollo y apoyo a la comunidad	Valor	N/A
SOC	123	Existencia de políticas para mitigar despidos y reducción de personal	Respuesta	SI ( ) NO ( X )
SOC	123	Número de despidos en el año	Número	0
SOC	124	Cuenta con una guía de estrategias para evitar el acoso sexual y laboral	Respuesta	SI ( ) NO ( X )
SOC	125	En los reglamentos internos existe alguna restricción a la libre asociatividad entre empleados y trabajadores	Respuesta	SI ( ) NO ( X )
SOC	126	Existe la contratación de un seguro privado de salud para los empleados y trabajadores	Respuesta	SI ( ) NO ( X )
SOC	126	Porcentaje del seguro privado asumido por la COAC	Porcentaje	N/A
SOC	127	Existencia de un Código de ética y conducta (se lo socializa y aplica)	Respuesta	SI ( X ) NO ( )
SOC	128	Existencia de la memoria anual, socialización y aplicabilidad	Respuesta	SI ( X ) NO ( )

## INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

DIMENSIÓN: Económica

MATRIZ SEGMENTO 3

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Valor/Número - otro
ECO 201	Monto total de Créditos Otorgados	Moneda	\$ 663,435.00
ECO 202	Monto de Créditos Otorgados/ Hombres	Moneda	\$ 357,800.00
ECO 202	Monto de Créditos Otorgados/ Mujeres	Moneda	\$ 305,635.00

ECO	208	Monito de Créditos Otorgados/ Socios Tercera edad	Moneda	\$	88,160.00		
	201	Monito de Créditos Otorgados en área rural	Moneda	\$	46,000.00		
ECO	205	Monito de Créditos Otorgados Emprendimientos mujeres	Moneda	\$	-		
ECO	205	Monito de Créditos Otorgados Emprendimientos hombres	Moneda	\$	-		
ECO	203	Monito de Créditos Otorgados Microempresas	Moneda	\$	340,995.00		
ECO	204	Monito de Créditos Otorgados Migrantes retornados	Moneda	\$	-		
ECO	207	Numero de nuevos socios menores de edad (Cuentas creadas según ley vigente)	Numero		322		
ECO	209	Monito total de Fondo	Moneda	\$	11,904,228.19		
ECO	209	Monito de los cinco mayores aportantes de fondos	Moneda	\$	575,230.88		
ECO	209	Monito de los diez mayores aportantes de fondos	Moneda	\$	959,239.46		
ECO	209	Monito de los cincuenta mayores aportantes de fondos	Moneda	\$	2,961,374.06		
ECO	209	Monito de los cien mayores aportantes de fondos	Moneda	\$	4,559,629.12		
ECO	210	Monito total de inversiones	Moneda	\$	9,243,590.61		
ECO	210	Ofertan productos financieros con enfoque económico - social (Planes de inversión)	Respuesta		SI		NO (X)
ECO	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos a jubilación	Moneda			N/A	
ECO	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos a estudio	Moneda			N/A	
ECO	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos a prevención yauxilio de enfermedades	Moneda			N/A	
ECO	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos a maternidad	Moneda			N/A	
ECO	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos por desempleo	Moneda			N/A	
ECO	210	Otros planes de inversión con enfoque económico - social	Moneda			N/A	
ECO	210	Los créditos son protegidos con seguros sostenibles (Seguros agrícolas, lucrocresantes, enfermedad socio deudor, microemprendimientos, otros)	Respuesta		SI		NO (X)

ECO	211	Número de Contratos de seguros sostenibles	Número	1
ECO	211	Número de efectivizaciones atendidas por contratos de seguros sostenibles	Número	20
ECO	212	Sueldos y salarios empleados, directivos y trabajadores (incluye aportaciones al Seguro Social)	Moneda \$	508,752.97
ECO	212	Valor pagados a proveedores	Moneda \$	249,740.65
ECO	212	Intereses pagados a socios	Moneda \$	1,008,938.88
ECO	212	Impuestos pagados	Moneda \$	35,194.77
ECO	212	Contribuciones a la SEPS	Moneda \$	10,170.76
ECO	212	Utilidades y excedentes a empleados, trabajadores y directivos	Moneda	0
ECO	213	Tasas de interés	Respuesta SI	NO
ECO	214	Monto provisionado por riesgo en reconocimiento laboral	Moneda	0
ECO	214	Monto acumulado provisionado por riesgo en reconocimiento laboral	Moneda	0

## INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

DIMENSIÓN: Ambiental

MATRIZ SEGMENTO 3

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Valor/respuesta/ número/otros	
			Si ( )	No ( X )
ECO 301	Programa de retorno de envases utilizados en la cooperativa o fuera de ella	Respuesta		
302	Valor gastado en útiles de oficina (papel, carpetas)	Moneda \$		10,914.07
ECO 303	Número de servicios financieros ofrecidos mediante servicio electrónico	Número		0
ECO 303	Número transacciones efectuadas virtualmente	Número		0
ECO 304	Número de empleados, directivos y trabajadores	Número		48
ECO 304	Cantidad de Kilowatios de energía eléctrica consumida al año	Cantidad		2800
ECO 305	Metros cúbicos de agua potable consumida en el periodo	Metros		22



INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

DIMENSIÓN: Social

MATRIZ SEGMENTO 4

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE		Unidad	Respuesta	
	Planificación de programa de inducción para nuevos empleados			SI ( )	NO (x )
SOC 101			Respuesta		
102					
103					
105					
SOC 113		Número total de empleados y trabajadores de la COAC	Número		4
SOC 102		Número total de empleados y trabajadores despedidos	Número		0
SOC 103		Número total de empleados y trabajadores promovidos	Número		0
SOC 104		Disponibilidad de "Reglamento de Accidentes y enfermedades profesionales	Respuesta	SI ( )	NO (x )
SOC 105		Mobiliario que se requieran para actividades específicas	Número		10
SOC 105		Número de piezas mobiliario ergonómicas con las que se cuentan en la COAC	Número		4
SOC 106		Monto presupuestado para salud	Valor		x
SOC 106		Número de atenciones médicas en el dispensario de la cooperativa	Número		x
SOC 106		Número de atenciones médicas en convenio con otras instituciones de salud	Número		x
SOC 107		Número de atenciones odontológicas en el dispensario de la cooperativa	Número		x
SOC 107		Número de atenciones odontológicas en convenio con otras instituciones de salud	Número		x
SOC 108		Número de convenios con farmacias	Número		x
SOC 108		Número de servicios atendidos en farmacia en convenio (descuentos en farmacias, )	Número		x
SOC 109		Cuentan con programa de prevención de enfermedades profesionales	Respuesta	SI ( )	NO (x )
SOC 109		Número de conferencias o charlas sobre temas de prevención de enfermedades profesionales	Número		x
SOC 110		Solicitudes aprobadas para cambio de horarios (por necesidades personales, eventos con sus familiares, etc.)	Número		x

SOC	110	Solicitudes totales para cambio de horarios	Número	x
SOC	111	Solicitudes aprobadas para flexibilización de horarios en periodo de lactancia	Número	x
SOC	111	Solicitudes totales para flexibilización de horarios en periodo de lactancia	Número	x
SOC	112	Empleados con discapacidad	Número	x
SOC	113	Número de trabajadores según su género	Número	Hombres: Mujeres:
SOC	114	Número de mujeres en cargos directivos (gerencia y jefes departamentales)	Número	1
SOC	114	Número de hombres en cargos directivos (gerencia y jefes departamentales)	Número	0
SOC	114	Total de Cargos directivos	Número	1
SOC	115	Número de reclamos solucionados por parte de todos los grupos de interés	Número	0
SOC	115	Número total de reclamos	Número	0
SOC	116	Número de cursos, talleres, conferencias dirigido a empleados y trabajadores sobre Responsabilidad social empresarial	Número	4
SOC	117	Número de cursos, talleres, conferencias dirigido a los grupos de interes en temas sociales, medioambiental, cooperativismo, desarrollo sostenible y cultura financiera	Número	0
SOC	118	Monto asumido por la COAC para auspicios en capacitación a los empleados	Valor	40'10
SOC	119	Existencia de un proceso de evaluación interno entre empleados y directivos	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC	120	Existencia de un manual de control interno	Respuesta	SI ( x ) NO ( )
SOC	121	Se realizan actividades extraordinarias (deportivas, culturales, educativas y de recreación )con directivos, empleados, socios, proveedores y sus respectivas familias (entre los stakeholders)	Respuesta	SI ( ) NO ( x )
SOC	122	Existencia de programas de desarrollo y apoyo a la comunidad	Respuesta	SI ( ) NO ( x )
SOC	122	Número de beneficiarios	Número	0
SOC	122	Monto destinado a programas de desarrollo y apoyo a la comunidad	Valor	0
SOC	123	Existencia de políticas para mitigar despidos y reducción de personal	Respuesta	SI ( ) NO ( x )
SOC	123	Número de despidos en el año	Número	0
SOC	124	Cuenta con una guía de estrategias para evitar el acoso sexual y laboral	Respuesta	SI ( ) NO ( x )

SOC	125	En los reglamentos internos existe alguna restricción a la libre asociatividad entre empleados y trabajadores	Respuesta	SI ( x )	NO ( )
SOC	126	Existe la contratación de un seguro privado de salud para los empleados y trabajadores	Respuesta	SI ( )	NO ( x )
SOC	126	Porcentaje del seguro privado asumido por la COAC	Porcentaje		0
SOC	127	Existencia de un Código de ética y conducta (se lo socializa y aplica)	Respuesta	SI ( x )	NO ( )
SOC	128	Existencia de la memoria anual, socialización y aplicabilidad	Respuesta	SI ( )	NO ( x )

INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

DIMENSIÓN: Económica

MATRIZ SEGMENTO 4

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Valor	Valor
ECO	201	Monto total de Créditos Otorgados	Moneda	348845.89
ECO	202	Monto de Créditos Otorgados/ Hombres	Moneda	
ECO	202	Monto de Créditos Otorgados/ Mujeres	Moneda	5%
ECO	208	Monto de Créditos Otorgados/ Socios Tercera edad	Moneda	90%
	201	Monto de Créditos Otorgados en área rural	Moneda	5%
	202			0
ECO	205	Monto de Créditos Otorgados Emprendimientos mujeres	Moneda	
ECO	205	Monto de Créditos Otorgados Emprendimientos hombres	Moneda	
ECO	203	Monto de Créditos Otorgados Microempresas	Moneda	0
ECO	206	Monto Otorgados: Crédito...consumo prioritario.....	Moneda	38034.4
ECO	206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda	
ECO	206	Monto Otorgados: Crédito.....microcredito.....	Moneda	310811.49
ECO	206	Monto Otorgados: Crédito.....	Moneda	

EC0	206	Monito Otorgados: Crédito.....	Moneda		
EC0	206	Monito Otorgados: Crédito.....	Moneda		
EC0	204	Monito de Créditos Otorgados Migrantes retornados	Moneda	0	
EC0	207	Número de nuevos socios menores de edad (Cuentas creadas según ley vigente)	Número	0	
EC0	209	Monito total de Fondo	Moneda	207902.89	
EC0	209	Monito de los cinco mayores aportantes de fondos	Moneda		
EC0	209	Monito de los diez mayores aportantes de fondos	Moneda	132375.06	
EC0	209	Monito de los cincuenta mayores aportantes de fondos	Moneda		
EC0	209	Monito de los cien mayores aportantes de fondos	Moneda	75527.83	
EC0	210	Monito total de inversiones	Moneda	207902.89	
EC0		Ofertan productos financieros con enfoque económico - social (Planes de inversión)	Respuesta	NO	NO
EC0	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos a jubilación	Moneda	0	
EC0	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos a estudio	Moneda	0	
EC0	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos a prevención y auxilio de enfermedades		0	
EC0	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos a maternidad		0	
EC0	210	Monito de inversiones en planes o productos dirigidos por desempleo		0	
EC0	210	Otros planes de inversión con enfoque económico - social		0	
EC0	210	Los créditos son protegidos con seguros sostenibles (Seguros agrícolas, lucrocasantes, enfermedad socio deudor, microemprendimientos, otros)	Respuesta	NO	NO
EC0	211	Número de Contratos de seguros sostenibles	Número	0	
EC0	211	Número de efectivizaciones atendidas por contratos de seguros sostenibles	Número	0	
EC0	212	Seguro Social)		28761.85	
EC0	212	Valor pagados a proveedores		6476.05	
EC0	212	Intereses pagados a socios		12177.99	

ECO	212	Impuestos pagados			2900.4
ECO	212	Contribuciones a la SEPS			182.79
ECO	212	Utilidades y excedentes a empleados, trabajadores y directivos			
ECO	213	Tasas de interés	Respuesta	SI	NO
ECO	214	Monto provisionado por riesgo en reconocimiento laboral		NO	
ECO	214	Monto acumulado provisionado por riesgo en reconocimiento laboral		NO	

INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

DIMENSIÓN: Ambiental

MATRIZ SEGMENTO 4

DATOS: Valores, cantidades y otros del año 2019 relacionados a cada descripción

Código	DETALLE	Unidad	Valor
ECO 301	Programa de retorno de envases utilizados en la cooperativa o fuera de ella	Respuesta	Si
ECO 302	Valor gastado en útiles de oficina (papel, carpetas)		876.5
ECO 303	Número de servicios financieros ofrecidos mediante servicio electrónico		0
ECO 303	Número transacciones efectuadas virtualmente		0
ECO 304	Número de empleados, directivos y trabajadores		4
ECO 304	Cantidad de Kilovatios de energía eléctrica consumida al año		
ECO 305	Metros cúbicos de agua potable consumida en el periodo		

## Anexo 2.

### DIMENSIÓN: SOCIAL

Nota técnica

Indicador SOC101	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Existencia de un programa formal de inducción para nuevos empleados	SI	NO	NO	NO

Indicador SOC102	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Disponibilidad de "Reglamento de Accidentes y enfermedades profesionales"	SI	NO	NO	NO

Indicador SOC103	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Disponibilidad de mobiliario acorde a las actividades y procesos desarrollados	$x = \frac{316}{1000}$	$x = \frac{33}{978}$	$x = \frac{0}{80}$	$x = \frac{4}{10}$
$x = \frac{\text{Número de piezas mobiliarias ergonómicas}}{\text{Mobiliario total requerido}}$	$x = 32\%$	$x = 3\%$	$x = 0\%$	$x = 40\%$

Indicador SOC104	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Atención médica		5716		

Indicador SOC104	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Atención odontológica		571		

Indicador SOC104	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Servicio de farmacia		1		

Indicador SOC105	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Capacitación y Programas de salud y seguridad		10	2	

Indicador SOC106	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Flexibilidad de horarios según actividades particulares	$x = \frac{0}{0}$	$x = \frac{\boxed{\phantom{0}}}{\boxed{\phantom{0}}}$	$x = \frac{1}{15}$	$x = \frac{\boxed{\phantom{0}}}{\boxed{\phantom{0}}}$
$x = \frac{\text{Solicitudes aprobadas}}{\text{solicitudes totales}}$	$x = \%$	$x = \%$	$x = 7\%$	$x = \%$

Indicador SOC106	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Flexibilidad de horarios para el periodo de lactancia materna	$x = \frac{0}{0}$	$x = \frac{\boxed{\phantom{0}}}{\boxed{\phantom{0}}}$	$x = \frac{2}{2}$	$x = \frac{\boxed{\phantom{0}}}{\boxed{\phantom{0}}}$
$x = \frac{\text{Solicitudes aprobadas}}{\text{solicitudes totales}}$	$x = \%$	$x = \%$	$x = 100\%$	$x = \%$

Indicador SOC107	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Inserción laboral de personas con discapacidad	$x = \frac{0}{316}$	$x = \frac{1}{36}$	$x = \frac{1}{40}$	$x = \frac{\boxed{\phantom{0}}}{4}$
$x = \frac{\text{Empleados con discapacidad}}{\text{Nomina total}}$	$x = \%$	$x = 3\%$	$x = 2,5\%$	$x = \%$

Indicador SOC108	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Programas de formación a empleados, directivos y comunidad.	76	4	9	4

Indicador SOC109	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Auspicios en formación y capacitación		2000	7878.05	4010

Indicador SOC112	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Existencia de programas de desarrollo y apoyo a la comunidad	SI	SI	NO	NO

Indicador SOC113	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Registra la contratación de un seguro privado de salud para los empleados y trabajadores	SI	SI	NO	NO

Indicador SOC114	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Existencia de un Código de ética y conducta (se lo socializa y aplica)	SI	SI	SI	SI

Indicador SOC115	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Existencia de la memoria anual, socialización y aplicabilidad	SI	SI	SI	NO

DIMENSIÓN: ECONÓMICA

Indicador ECO201	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Inclusión financiera territorial (Microcréditos)  <i>x = <math>\frac{\text{Monto Microcréditos}}{\text{Total Créditos}}</math></i>	$x = \frac{55.282.381}{127.071.080,40}$  $x = 44\%$	$x = \frac{0}{0}$  $x = 0\%$	$x = \frac{340.995}{663.435}$  $x = 51\%$	$x = \frac{0}{348.845,80}$  $x = 0\%$

Indicador ECO207	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Inclusión financiera segmentada: Socios menores a 18 años			322	

Indicador ECO209	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Autonomía de la Institución: Captación de valores según fuentes de fondeo  <i>x = <math>\frac{\text{Monto 100 mayores aportantes}}{\text{Total Inversiones}}</math></i>	$x = \frac{0}{0}$  $x = 0\%$	$x = \frac{0}{0}$  $x = 0\%$	$x = \frac{4.559.629,12}{9.243.590,61}$  $x = 49\%$	$x = \frac{75.527,83}{348.845,89}$  $x = 22\%$

Indicador ECO211	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Seguros sostenibles direccionados a los créditos	SI	SI	NO	NO

Indicador ECO212	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Generación de valor dirigida a los stakeholders (Todos los segmentos cumplen con este indicador, los valores estarán disponibles al finalizar el ejercicio económico)	SI	SI	SI	SI

Indicador ECO213	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Tasas de interés (los socios en la mayoría de casos y en todos los segmentos acceden a tasas de interés inferiores a las establecidas por el Banco Central de Ecuador)	SI	SI	SI	SI

Indicadores de responsabilidad social para las cooperativas de ahorro y crédito

Indicador ECO214	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Provisiones riesgo reconocimiento laboral (los empleados y trabajadores en todos los segmentos y en todos los casos han sido remunerados según su contrato de trabajo bajo relación de dependencia y en el caso de comisiones se ha mantenido el porcentaje según su cumplimiento.)	SI	SI	SI	SI

Indicador ECO215	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Facilidades de Refinanciamiento de deuda	SI Valor no disponible Cantidad no disponible	SI Valor no disponible Cantidad no disponible	SI Valor no disponible Cantidad no disponible	SI Valor no disponible Cantidad no disponible

DIMENSIÓN: AMBIENTAL

Indicador AMB301	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Programa de retorno de envases	NO	NO	NO	NO

Indicador AMB302	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Consumo de papel			10,914.07	876.5

Indicador AMB303	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Innovación y creación de servicios con aplicación de nuevas tecnologías.	SI CUMPLE Dato no disponible	SI CUMPLE Dato no disponible	SI CUMPLE Dato no disponible	SI CUMPLE Dato no disponible

Indicador AMB304	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3	SEGMENTO 4
Consumo de energía eléctrica y agua potable	5.872,32 KV / 2,304 M	5.872,32 KV / 2,304 M	2800 KV / 22 M	







Universidad  
Nacional  
de Loja

