

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA

"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN PEDRO LTDA., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2014"

AUTOR:

JUAN CARLOS GUAPULEMA SILVA

DIRECTOR:

ING. MAURICIO CHÁVEZ

GUARANDA - ECUADOR

AÑO 2015

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA

"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN PEDRO LTDA., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2014"

AUTOR:

JUAN CARLOS GUAPULEMA SILVA

DIRECTOR:

ING. MAURICIO CHÁVEZ

PARES ACADÉMICOS:

ING. ARTURO ROJAS SÁNCHEZ

ING. MARLON GARCÍA SALTOS

GUARANDA - ECUADOR

AÑO 2015

I. DEDICATORIA

Por su amor sincero fiel y constante, es preciso reconocer hoy el trabajo abnegado de mis padres adorados a quien amo con toda mi alma: Julia y Carlos.

Juan Carlos

II. AGRADECIMIENTO

Sabiendo y confiando en Dios Todopoderoso, quien está a mi lado día a día y guía mis pasos con su infinito amor, expreso mis palabras de gratitud.

A la prestigiosa Universidad Estatal de Bolívar en donde he adquirido el conocimientos, destrezas y habilidades necesarias para la formación profesional.

A los docentes de la institución educativa quienes han compartido saberes y experiencias que han nutrido el proceso de enseñanza a aprendizaje en el camino de la formación profesional y el éxito personal.

Un especial reconocimiento al Ing. Mauricio Chávez, quien en calidad de Director de tesis, ha sabido orientar de forma positiva y asertiva las orientaciones necesarias para llevar acabo el presente trabajo de investigación.

A mi familia, mis padres, hermanos y todos quienes han estado a mi lado entregando su apoyo y aliento para seguir adelante, para no desmayar en el camino y confiar que siempre tendré en ellos un apoyo incondicional.

Juan Carlos

III. CERTIFICADO DEL DIRECTOR

EL SUSCRITO **ING. MAURICIO CHÁVEZ**, A PETICIÓN VERBAL DE PARTE INTERESA.

CERTIFICA

Que el trabajo grado final que titula "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN PEDRO LTDA., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2014", cuyo autor es el Sr. Juan Carlos Guapulema Silva, ha sido elaborado bajo los lineamientos y disposiciones reglamentarias establecidos por la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática pudiendo continuar con los trámites legales pertinentes.

Guaranda, 20 de julio del 2015.

ING. MAURICIO CHÁVEZ
DIRECTOR

IV. AUTORÍA NOTARIADA

Las ideas, criterios y propuestas expuestos en el informe final para el Trabajo de Tesis titulado "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN PEDRO LTDA., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2014", es de exclusiva responsabilidad del autor.

Juan Carlos Guapulema Silva

C.C.: 0201512571

En la ciudad de Guaranda, 20 de Julio del año 2015, ante mí Doctor Hernán Ramiro Criollo Ar
Notario Segundo de este cantón, comparece el señor JUAN CARLOS GUAPULEMA SILVA, a q
de conocerlo por la cédula de ciudadanía que me exhibe doy fe, con el objeto de reconocer su firr
rúbrica, en el documento que antecede, al efecto y previo la explicación de las penas de perj
juramentado en legal y debida forma, previo a las penas del perjurio y la gravedad del jurame
puesto a la vista su firma y rúbrica. Manifiesta que la reconoce como suya y auténtica, la misma
usa en sus actos públicos y privados. Termina el presente acto, de todo lo cual DOY FE.

Juan Silva

Dr. Hernán Criollo Arcos
NOTARIO PUBLICO 2do. DEL CANTON GUARANDA

NOTARIA SEGUNDA DEL CANTON GUARANDA

Factura: 001-002-000000090

20150201002D00026

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20150201002D00026

Ante mí, NOTARIO(A) HERNAN RAMIRO CRIOLLO ARCOS de la NOTARÍA SEGUNDA , comparece(n) JUAN CARLOS GUAPULEMA SILVA SOLTERO(A), mayor de edad, domiciliado(a) en GUARANDA, portador(a) de CÉDULA 0201512571 POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE, quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede RECONOCIMIENTO DE FIRMA, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva copia. GUARANDA, a 20 DE JULIO DEL 2015.

JUAN CARLOS GUAPULEMA SILVA

CÉDULA: 0201512571

NOTARIO(A) HERNAN RAMIRO CRIOLLO ARCOS

NOTARÍA SEGUNDA DEL CANTON GUARANDA



INSTRUCCIÓN
SUPERIOR

PROFESIÓN / OCUPACIÓN
ESTUDIANTE

V4344V4224

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
GUAPULEMA GAVILANES CARLOS ALBERTO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
SILVA SILVA JULIA ELIZABETH

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
GUARANDA
2013-04-17

FECHA DE EXPIRACIÓN
2023-04-17

000475574

Juan G Silva

DIRECTOR GENERAL

FIRMA DEL CEDULADO



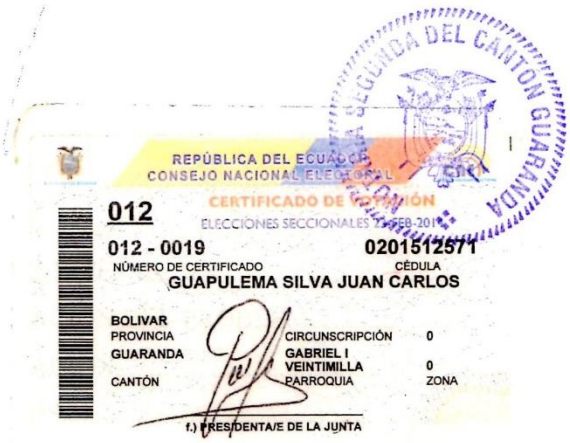
REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
No. 020151257-1

APELLIDOS Y NOMBRES
GUAPULEMA SILVA
JUAN CARLOS

LUGAR DE NACIMIENTO
BOLIVAR
GUARANDA
ANGEL POLIVIO CHAVEZ

FECHA DE NACIMIENTO 1990-05-10
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO M
ESTADO CIVIL SOLTERO



REPÚBLICA DEL ECUADOR
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

CERTIFICADO DE VOTACIÓN

ELECCIONES SECCIONALES 23-FEB-2014

012

012 - 0019
NÚMERO DE CERTIFICADO

0201512571
CÉDULA

GUAPULEMA SILVA JUAN CARLOS

BOLIVAR
PROVINCIA

GUARANDA
CANTÓN

CIRCUNSCRIPCIÓN 0
GABRIEL I VEINTIMILLA
PARROQUIA
ZONA 0

f.) PRESIDENTA/E DE LA JUNTA

JUNTA PARROQUIAL RURAL DE SEGUNDA DEL CANTÓN GUARANDA

V. TABLA DE CONTENIDOS

PORTADAI
I. DEDICATORIA II
II. AGRADECIMIENTO III
III. CERTIFICADO DEL DIRECTOR IV
IV. AUTORÍA NOTARIADA V
V. TABLA DE CONTENIDOS VI
VI. LISTA DE CUADROS VIII
VII. LISTA DE GRÁFICOS VIII
VIII. LISTA DE ANEXOS X
IX. RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL XI
X. INTRODUCCIÓN XII
CAPÍTULO I 1
1. TEMA 2
2. ANTECEDENTES 3
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 6
4. JUSTIFICACIÓN 7
5. OBJETIVOS 9
6. MARCO TEÓRICO 10
6.1. TEÓRICO REFERENCIAL 10
6.2. MAPA GEO REFERENCIAL 12
6.3. TEÓRICO LEGAL 13
6.4. TEÓRICO CONCEPTUAL 15
6.5. TEORÍA CIENTÍFICA 19
6.5.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL 19
6.5.2. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS 31
7. HIPÓTESIS 38
8. VARIABLES 39
9. METODOLOGÍA 44
9.1. Métodos 44
9.2. Tipos de investigación. 45
9.3. Técnicas e instrumentos para la obtención de datos 45

9.4. Universo y Muestra 46
9.5. Procesamiento de datos 47
CAPÍTULO II 48
2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS 49
2.1. ENCUESTA APLICADA A SOCIOS 49
2.2. ENCUESTA APLICADA A TÉCNICOS Y OPERATIVOS. 59
2.3. ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES 69
2.4. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS 73
2.5. CONCLUSIONES 77
2.6. RECOMENDACIONES 78
CAPÍTULO III 79
3. PROPUESTA 80
3.1. INTRODUCCIÓN 81
3.2. JUSTIFICACIÓN 84
3.3. OBJETIVOS 85
3.4. DESARROLLO 86
3.5. DESARROLLO POR ETAPAS 87
3.6. PLAN OPERATIVO 99
3.7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 102
3.8. PRESUPUESTO PARA LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA 104
3.9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 105
BIBLIOGRAFÍA 106

VI. LISTA DE CUADROS

Cuadro	Descripción	Página
Cuadro N. 1	La Cooperativa ofrece apoyo social condonando deudas……..	49
Cuadro N. 2	Los créditos se vinculas con la labor social……...	50
Cuadro N. 3	Nuevas políticas para mejorar la función social…….	51
Cuadro N. 4	Los productos y servicios satisfaces las necesidades de los socios……..	52
Cuadro N. 5	Mejoramiento socio económico de los socios……	53
Cuadro N. 6	Visitas de asesores comerciales……..	54
Cuadro N. 7	Educación y capacitación para el desarrollo socio económico..	55
Cuadro N. 8	Seminarios que promueven la asociación de organizaciones productivas…….	56
Cuadro N. 9	Resolución ágil y efectiva de quejas y sugerencias en la institución……...	57
Cuadro N. 10	Los tipos de créditos y la labor social comunitaria……	58
Cuadro N. 11	Apoyo social a los asociados……..	59
Cuadro N. 12	Cumplimiento de la labor social…….	60
Cuadro N. 13	Incremento de nuevas estrategias……...	61
Cuadro N. 14	Productos en base a la responsabilidad social……	62
Cuadro N. 15	Implicada en el mejoramiento socio económico de las familias……	63
Cuadro N. 16	Visitas a clientes e inversionistas.	64
Cuadro N. 17	Educación y capacitación para mejorar su desarrollo socio económico	65
Cuadro N. 18	Promueve la asociación de organizaciones productivas…….	66
Cuadro N. 19	Resolución de quejas y sugerencias……	67
Cuadro N. 20	Relación de los créditos con la labor social……	68

VII. LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico	Descripción	Página
Gráfico N. 1	La Cooperativa ofrece apoyo social condonando deudas…….	49
Gráfico N. 2	Los créditos se vinculas con la labor social……...	50
Gráfico N. 3	Nuevas políticas para mejorar la función social……	51
Gráfico N. 4	Los productos y servicios satisfaces las necesidades de los socios……	52
Gráfico N. 5	Mejoramiento socio económico de los socios……	53
Gráfico N. 6	Visitas de asesores comerciales……	54
Gráfico N. 7	Educación y capacitación para el desarrollo socio económico	55
Gráfico N. 8	Seminarios que promueven la asociación de organizaciones productivas……...	56
Gráfico N. 9	Resolución ágil y efectiva de quejas y sugerencias en la institución…….	57
Gráfico N. 10	Los tipos de créditos y la labor social comunitaria……	58
Gráfico N. 11	Apoyo social a los asociados…….	59
Gráfico N. 12	Cumplimiento de la labor social……	60
Gráfico N. 13	Incremento de nuevas estrategias……..	61
Gráfico N. 14	Productos en base a la responsabilidad social…….	62
Gráfico N. 15	Implicada en el mejoramiento socio económico de las familias……..	63
Gráfico N. 16	Visitas a clientes e inversionistas……...	64
Gráfico N. 17	Educación y capacitación para mejorar su desarrollo socio económico…….	65
Gráfico N. 18	Promueve la asociación de organizaciones productivas……	66
Gráfico N. 19	Resolución de quejas y sugerencias……..	67
Gráfico N. 20	Relación de los créditos con la labor social……..	68

VIII. LISTA DE ANEXOS

Anexo N. 1 Modelo de encuesta aplicado a socios. 108
Anexo N. 2 Modelo de encuesta aplicado a Técnicos y operativos. 110
Anexo N. 3 Modelo de entrevista aplicada al Gerente. 112
Anexo N. 4 Croquis y Ubicación Geografica de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda. 114
Anexo N. 5 El investigador entregando la propuesta al Gerente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda. 115
Anexo N. 6 El investigador realizando la encuesta a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda. 116
Anexo N. 7 Evidencias de la entrega de la propuesta al Gerente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda. 117

IX. RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL

En el presente trabajo de investigación se identificó como una necesidad básica de las instituciones públicas y privadas en relación con las exigencias de cumplir con la responsabilidad social para con la comunidad en donde se desenvuelven. Frente a esto hace imperante que la Cooperativa en donde se ha cumplido con este proceso, asuma además estrategias competitivas con otras de su misma naturaleza.

El problema se formuló como interrogante en donde se indagó cómo inciden las estrategias competitivas en la responsabilidad social, misma que dio paso al planteamiento del tema titulado: "la responsabilidad social como estrategia competitiva de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., de la ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar año 2014".

El propósito fue establecer a la responsabilidad social como estrategia competitiva de la cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., a través de un diagnóstico del nivel de su cumplimiento, la fundamentación de los aspectos teóricos referentes al tema, para llegar a estructurar un manual de estrategias competitivas que promueva el desarrollo económico y social sostenible de sus socios como respuesta de la responsabilidad social que tiene esta con la comunidad.

Para cumplir con dichos objetivos se establecieron estrategias metodológicas que utilizaron el tipo de investigación aplicando parada, descriptiva y de campo con los cuales se llegó a describir las características del fenómeno, las causas y consecuencias de la no aplicación de las variables y su influencia en el contexto de desarrollo, aplicando para ello la encuesta a la muestra de los socios y personal administrativo y entrevista al Gerente de la institución.

Una vez analizados e interpretados lo resultados de la investigación se infirieron las conclusiones que precisaron que la labor social que cumple la cooperativa en la comunidad no está enfocada a cumplir con requisitos que se consideran solidarios con los problemas y dificultades de sus miembros y asociados y se deben incrementar nuevas políticas para el mejoramiento de la función social que ejerce la

cooperativa para el mejoramiento de la economía de las familias. Para lo que se diseñó un manual de estrategias competitivas para el cumplimiento con la responsabilidad social de la cooperativa, con el que se buscó analizar la situación socio económica de la comunidad, formular nuevas estrategias de acción.

X. INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación partió del planteamiento del problema como punto de partida para los siguientes capítulos, así: ¿cómo inciden las estrategias competitivas en la responsabilidad social? A partir del cual el tema se titulado: "la responsabilidad social como estrategia competitiva de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., de la ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar año 2014".

La hipótesis a ser comprobada fue: La aplicación de nuevas estrategias competitivas contribuyen en la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Como consecuencia de esto se desarrollaron los siguientes capítulos:

Capítulo I, en donde se sustenta la teoría referencial caracterizando a la institución su contexto geográfico y socio económico. Además consta del estudio teórico de las variables en cuestión a partir del aporte realizado por varios autores que han sido citados en su parte pertinente, aportando con una información valiosa para la comprensión del significado de responsabilidad social que hoy en día es un requisito a cumplir por todas las instituciones en el Estado Ecuatoriano. Por otro lado se establecen las estrategias aplicados a socios, empleados y Autoridades de la institución con la finalidad de obtener información y datos necesarios para el análisis estadístico pertinente.

Capítulo II, en este se representó la información obtenida una vez aplicadas las técnicas e instrumentos de investigación a través de cuadros estadísticos y barras de frecuencia. Consecuentemente se llegó a comprobar la hipótesis con la que se demuestra que la aplicación de nuevas estrategias competitivas contribuye en la responsabilidad social de la Cooperativa; y esto además es confirmado en las conclusiones que generan sus propias recomendaciones.

En el **Capítulo III,** se diseñó la propuesta que se compone de un manual de estrategias competitivas para el cumplimiento con la responsabilidad social de la

cooperativa, con el que se buscó analizar la situación socio económica de la comunidad y formular nuevas estrategias de acción.

Este documento orienta la aplicación de dicho manual a partir de cumplir con las etapas que inician con un diagnóstico en la comunidad para identificar grupos y organizaciones con fines productivas y a las que el institución puede dirigir esfuerzos por capacitar y educarlas con fines de cooperativismo y asociación productiva.

La finalidad es que se fomente la operatividad de los créditos asociativos que permitan generar y producir más y con variedad, que no favorezcan a una personas sino a un grupo o asociación, es decir mejora la condición socio económica de muchas familias en el sector.

CAPÍTULO I

1. TEMA

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN PEDRO LTDA., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR AÑO 2014”

2. ANTECEDENTES

La cooperación es tan antigua como la historia de la humanidad, esta empezó a existir en cuanto varios hombres se unieron voluntariamente para ayudarse unos a otros mediante un servicio común, pero el movimiento cooperativo, tal como hoy lo conocemos, se inició en Europa en tiempos modernos 1844.

Casi al mismo tiempo se fundaron en otros países europeos cooperativas de distinta índole, por ejemplo en Alemania surgió un importante y significativo movimiento de crédito rural; los nuevos sistemas de cooperativas no se basan estrictamente en los principios de Rochdale pero su presencia y acción benéfica son innegables y han servido de modelo para muchos países como: Austria, Francia, Italia, Bélgica entre las europeas así como también para los Estados Unidos donde surgió la primera cooperativa en 1909 en Manchester, posteriormente en 1934 se fundó en los Estados Unidos la Asociación

Los pasos más importantes del movimiento cooperativo de Ahorro y Crédito ecuatoriano se dieron, con la promulgación de la primera Ley de Cooperativas dictada en noviembre 30 de 1937 y el Reglamento General de la Ley de Cooperativas el 9 de Febrero de 1938.

En Ecuador, el sector económico popular y solidario se define como el conjunto de formas de organización económica-social en las que sus integrantes, colectiva o individualmente, desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios. Las formas de organización del sector económico popular y solidario incluyen a las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria (EPS) y del Sector Financiero Popular y Solidario (SFPS).

Un primer diagnóstico del sector cooperativo revela que en Ecuador existen actualmente 3.932 cooperativas, concentradas en los grupos de ahorro y crédito, transporte, vivienda, producción, consumo y otros servicios. Los tres primeros grupos reúnen el 99% de cooperativas del país. Las cooperativas de ahorro y crédito

(COAC) constituyen el grupo de mayor tamaño en términos de activos, pasivos y patrimonio, respecto al total nacional de cooperativas. Según estimaciones, a diciembre de 2012, los activos de las COAC ascendieron a cerca de USD 5.795,8 millones, lo que representa el 93% del total de activos del sector cooperativo. Por su parte, el grupo de cooperativas de transporte (segundo grupo de mayor tamaño) contó con niveles de activos totales de USD 251 millones, equivalente al 4% de los activos de todo el sector cooperativo.

El 3% restante de los activos corresponden a los demás grupos (producción, vivienda, otros servicios y consumo). Es así que transporte agrupa e l 55% de los activos del sector cooperativo no financiero (LOEPS, 2008).

La Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., en el inciso cuatro, del Artículo 1 de los Objetivos del Reglamento se enuncia: "Establecer y poner en práctica el servicio de asistencia social y médica, a través de convenios institucionales con profesionales de la salud, a la muerte del asociado a través del seguro de vida siempre y cuando se encuentre dentro de la planeación estratégica y presupuesto institucional" (Cooperativa San Pedro Ltda., 2014).

Basado en lo establecido en la cooperativa y en referencia lo definido por Yepes (2007), es la carga compromiso u obligación de los miembros de la sociedad entre sí como para la sociedad en conjunto (Yépez, Peña, & Sánchez, 2011).

Este deber social está íntimamente relacionado con el servicio que se le ofrece a la sociedad, de acuerdo a sus atribuciones y naturaleza. Por su parte, la cooperativa por su lógica asociativa realiza actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y clientes o terceros, situando a las finanzas al servicio del ser humano y sociedad.

Por su naturaleza, los servicios que presta están orientados al fortalecimiento del movimiento individual y cooperativo en base al trabajo en conjunto, sin embargo este tipo de acciones no se evidencian entre los objetivos y finalidades de la institución.

Con este antecedente, se espera que la cooperativa establezca nuevas estrategias competitivas que mejoren la calidad de vida de los socios y terceros, poniendo en marcha un plan de acción social que los vincule con la institución y con el cambio dinámico sustentable y sostenible de recursos como requisitos para el desarrollo socio económico.

El presente trabajo pretende dar a conocer la responsabilidad social en las diferentes áreas de la cooperativa, proponiendo estrategias competitivas que permita el bienestar y mejorar el rendimiento de los empleados y la satisfacción de los clientes.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo inciden las estrategias competitivas en la responsabilidad social de la "Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Limitada"?

Delimitación del problema

- No se recogen constante o periódicamente las expectativas de los socios para el diseño de planes estratégicos de gestión en la cooperativa.
- La responsabilidad social no está vinculada a la práctica de servicios sociales que promuevan la competitividad y el mejoramiento socio económico de sus socios.
- No se promueven estrategias competitivas entre los socios por una falta de atención en el trabajo cooperativo y comunitario a través de microempresas y otras de importancia social.
- Se desconoce sobre la existencia de programas de atención social a la comunidad en donde se desenvuelven sus actividades.

4. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación es considerada **importante** por el investigar sobre la responsabilidad social como estrategia competitiva de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro LTDA., porque el sector financiero del país tiene la iniciativa; de que las Cooperativas de Ahorro y Crédito efectúen anualmente su "Balance Social", se pretende utilizar dicha herramienta de gestión para rendir cuentas a los grupos de interés para comprobar el cumplimiento de los valores y principios cooperativos, misión y visión siempre que se orienten a las necesidades sociales y el cumplimiento de sus objetivos.

Es **necesario** identificar cómo la cooperativa cumple con la responsabilidad social, tomando en cuenta su naturaleza de creación para el mejoramiento de las condiciones de vida de sus asociados, empleados y usuarios.

En la actualidad pese a que la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., al ser controlada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, está en la obligación de acatar la normativa de la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular Solidario publicada en el Registro Oficial del 10 de mayo del 2011, por tal razón se debe incorporar en sus informes de gestión, el balance social con la finalidad de que se verifique el cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales. Sin embargo, la institución financiera no está utilizando una estrategia adecuada para hacer efectivo esta disposición legal.

Tal situación en el contexto bolivarense causará **impacto** y a la vez novedad científica permitiendo a dicho sistema cooperativista beneficiarse de los nuevos sistemas de gestión que se aplican en otros escenarios.

La ejecución del presente proyecto es **factible**, porque se cuenta con el aval de los directivos de la Cooperativa para obtener la información a través de estrategias y los grupos objetivos de estudio, la disposición de recursos materiales, económicos y tecnológicos necesarios en esta investigación.

El tema escogido es **pertinente** porque los resultados inferidos en éste, posibilitará ofrecer información socioeconómica homogénea y sistemática a sus beneficiarios y los asociados.

La ejecución del presente trabajo considerando el nivel de participación como responsabilidad social de las instituciones no gubernamentales en el desarrollo socio económico y cultural de los pueblos es **oportuna** su ejecución para sí establecer nuevos y mejores estrategias competitivas en la cooperativa y por su intermedio en la comunidad.

Por las razones anotadas, se pretende elaborar una guía con lineamientos teóricos y prácticos para la elaboración, análisis y evaluación del balance social, con la finalidad de que la cooperativa fortalezca el cumplimiento de su responsabilidad social.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer a la responsabilidad social como estrategia competitiva de la cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar el nivel de cumplimiento de la responsabilidad social como estrategia competitiva de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

- Fundamentar los aspectos teóricos referentes a la responsabilidad social y estrategias competitivas.

- Estructurar un manual de estrategias competitivas que promueva el desarrollo económico y social sostenible de sus socios como respuesta de la responsabilidad social que tiene esta con la comunidad.

6. MARCO TEÓRICO

6.1. TEÓRICO REFERENCIAL

La Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., es una institución de derecho privado, constituida jurídicamente en la Dirección Nacional de Cooperativas hace 47 años. Su creación se fundamentó en la necesidad de brindar a la gente de la parroquia de San Pedro de Guanujo y a otras parroquias colindantes una opción para sus actividades financieras, que le permitiera, con costos reales apoyar sus actividades productivas y comerciales para promover la autoayuda y evitar el abuso de los agiotistas.

Como entidad de servicio financiero se ha visto mayor o menormente afectada por condiciones del entorno, como la crisis de entidades financieras durante los años 1999 al 2001, aunque con intensidad controlada; sin embargo se asume que las mayores complicaciones se han dado a partir de malas administraciones con gerencias anteriores.

A pesar de los espacios de incertidumbre nacional, la cooperativa no ha tenido problemas de liquidez, y tiene la firme aspiración de ampliar sus servicios y crecer institucionalmente.

La cooperativa trabaja en función del cumplimiento de propósitos específicos, los mismos que se creó con la finalidad de:

a. Promover la cooperación económica y social entre sus socios;
b. Capturar el ahorro de la gente de la población y otorgar préstamos a los socios de conformidad a la normativa establecida;

Apoyar a través del servicio financiero el desarrollo socio económico de la gente de la provincia de Bolívar, en sus zonas de influencia, donde cuenta en la actualidad con dos oficinas: una en San Pedro de Guanujo y otra en Echeandía (Ltda., 2014).

Visión:

Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., institución competente y de excelencia, brinda los servicios especializados personalizados a nivel local, regional y nacional, contamos con infraestructura moderna, tecnología de punta y personal altamente profesionalizado las cuales brindan la asistencia técnica y humanística a los socios y comunidad, así como servicios cooperativos de calidad aprobada. Servicios Cooperativos: comisariato, centro médico, centro de convenciones, seguro de vida, otros (Cooperativa San Pedro Ltda., 2014).

Misión:

Brindamos servicios cooperativos de ahorro, crédito e inversiones ágiles, seguros oportunos, inmediatos y competitivos, cumpliendo con el bienestar del socio garantizando efectividad, enmarcado en el comportamiento esmerado y muy profesional de sus colaboradores, así como un servicio tecnológico muy eficiente, además nuestra responsabilidad social, conlleva a ofrecer servicio odontológico, seguro de préstamo, fondo mortuorio e incentivo para la vivienda, avanzamos en el cumplimiento de las expectativas y satisfacción de las necesidades de nuestros distinguidos socios y de la comunidad (Cooperativa San Pedro Ltda., 2014).

6.2. MAPA GEO REFERENCIAL



6.3. TEÓRICO LEGAL

La presente investigación se sustenta en lo que indica la **Constitución de la República del Ecuador** a través de los siguientes artículos:

Art. 283.-Sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios; **(Asamblea, Constituyente - Ecuador, 2008).**

Art. 309.- sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios **(Asamblea, Constituyente - Ecuador, 2008).**

Art. 311.- EI sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y de los micros, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria **(Asamblea, Constituyente - Ecuador, 2008).**

LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO
(Registro Oficial – Quito, martes 10 de mayo del 2011- N° 444).

En el Ecuador, la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (LOEPS) en la Disposición General Segunda obliga a las organizaciones de este sector a presentar el balance social.

Disposición Segunda: las organizaciones sujetas a esta Ley incorporaran en sus informes de gestión, el balance social que acreditara el nivel de cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales, en cuanto a la preservación de su incidencia en el desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultural.

Sección 3
De las Organizaciones del Sector Cooperativo

Art. 49.- Capital social.- El capital social de las cooperativas será variable e ilimitado, estará constituido por las aportaciones pagadas por sus socios, en numerario, bienes o trabajo debidamente avaluados por el Consejo de Administración.
Las aportaciones de los socios estarán representadas por certificados de aportación, nominativos y transferibles entre socios o a favor de la cooperativa.

Cada socio podrá tener aportaciones de hasta el equivalente al cinco por ciento (5%) del capital social en las cooperativas de ahorro y crédito y hasta el diez por ciento (10%) en los otros grupos (LOEPS, 2014).

6.4. TEÓRICO CONCEPTUAL

Alianza Cooperativa Internacional (ACI).- La Alianza Cooperativa Internacional (ACI) es una organización no gubernamental independiente que reúne, representa y sirve a organizaciones cooperativas en todo el mundo (Mendez, 2005).

Alianzas Estratégicas.- Son los acuerdos o consensos básicos que permiten la acción coordinada de entidades, instituciones, personas físicas y/o el poder público, con el objeto de lograr sinergias que potencien la utilización de recursos (Mujica, Alianza Estratégicas, 2004).

Balance Social Cooperativo.- Consiste en reunir, sistematizar y evaluar la información que corresponde a las dimensiones sociales que hacen a la naturaleza y a los intereses de la actividad empresarial, volcada en un documento de alcance público, donde se puedan cuantificar los datos.

Bien colectivo.- Todos los bienes o servicios destinados a la satisfacción de las necesidades comunes e indispensables, que hacen posible la vida digna de todos. Son los bienes públicos o bienes colectivos.

Bien común.- Puede ser comprendido como aquellas reglas, principios, instituciones y medios que permiten promover y garantizar la existencia de todos los miembros de una comunidad humana generando riqueza social.

Calidad de vida.- Dinámica de las actividades profesionales, familiares, sociales y culturales, de una persona o un grupo de personas, que permite mantener o aumentar el bienestar físico, emocional y de interrelación.

Compromiso con la comunidad.- El compromiso con la comunidad se refiere a las diferentes acciones emprendidas por la empresa para maximizar el impacto de sus contribuciones a la sociedad civil, ya sean aportes en dinero, tiempo, productos, servicios, influencias, administración del conocimiento y otros recursos que dirige hacia las comunidades en las cuales opera.

Comunidad.- Conjunto de personas que desarrollan lazos de afecto y que se transforman en entidades sociales semejantes a las familias, transmitiendo una cultura moral, valores y significados sociales compartidos.

Capital social.- Es un stock de conexiones activas entre la gente: confianza, entendimiento mutuo, valores compartidos y comportamientos que ligan a los miembros de una comunidad, haciendo posible la acción cooperativa. Es la aptitud de la sociedad para concretar alianzas o llegar a acuerdos e instrumentarlos, esto es, asociarse en redes comunitarias transversales, no jerárquicas, pluralistas, en constante persecución del bien común, amalgamando incluso distintos niveles sociales en la misma institución o emprendimiento.

Cooperativa.- Es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.

Cooperativismo.- El cooperativismo es una herramienta que permite a las comunidades y grupos humanos participar para lograr el bien común. La participación se da por el trabajo diario y continuo, con la colaboración y la solidaridad.

Desempeño social.- Es la traducción eficaz en la práctica de los objetivos sociales de una institución en consonancia con los valores sociales aceptados. Mejorar la calidad y adecuación de los servicios financieros, mejorar las condiciones económicas y sociales de los clientes y garantizar la responsabilidad financiera ante los clientes, empleados y la comunidad a la que asisten.

Diseño.- Es un proceso o labor a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.

Estrategia Corporativa.- Se refiere al comportamiento global e integrado de la empresa en relación con el ambiente que lo circunda (Mujica, Alianza Estratégicas, 2004).

Economía social.- La búsqueda de alternativas en torno al desarrollo local y a los modelos de economía social.

Indicadores Sociales.- Se trata de parámetros, unidades de medida, índices de comportamiento, cuantificables y expresados en unidades monetarias, físicas o relacionales que explicitan - consideradas individualmente o en su conjunto características mensurables respecto de un accionar relacionado con lo social.

Los sistemas indicadores que refieren a lo social representan un intento sistemático e integrado para conceptuar, operacionalizar y medir la diversidad de aspectos que conforman un concepto de bienestar, permitiendo que se pueda examinar la viabilidad de una comunidad a largo plazo, basándose en el grado en que sus sistemas económicos, medioambientales y sociales.

Impacto social.- Podemos definirlo como el conjunto de beneficios que recibe el usuario directa e indirectamente. Los beneficios se determinan como aquellas aportaciones de la instalación recreativa al desarrollo humano.

Indicadores de Gestión.- Elementos del sistema de control de gestión que proporcionan información significativa sobre aspectos críticos o claves de una organización mediante la relación de dos o más datos.

Principios Cooperativos.- Los principios cooperativos son lineamientos por medio de las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores. La Declaración de Identidad acordada en Manchester define un conjunto de siete principios cooperativos fundamentales.

Productividad.- Relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

Planeación.- Fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizado y las determinaciones de tiempos y de números, necesarias para su realización.

Responsabilidad Social.- Es la responsabilidad que tiene las personas, instituciones y empresa para promover el bienestar de la sociedad en su conjunto (local o global). Se refiere a la capacidad de una empresa para responder a las demandas o necesidades de la sociedad mediante procedimientos y mecanismos que permitan anticipar y reaccionar ante dichas circunstancias en prácticas humanas y formas (Mendez, 2005).

Responsabilidad social corporativa.- La libre voluntad de la empresa de aportar a la sociedad contribuciones positivas adicionales a las exigidas por la ley y a las que constituyen su responsabilidad de riqueza y valor para los accionistas, atendiendo a todas las dimensiones de la actividad empresarial (la económica, la humana, la social y la ambiental) y las expectativas que frente a la empresa mantienen sus principales grupos de compromiso permanente y sincero con el desarrollo integral de las sociedades en las que esté presente (Puteman, 2005).

Servicio.- Organización y personal destinados a satisfacer necesidades del público.

Sistema.- Conjunto de elementos interrelacionados entre sí de forma tal que un elemento afecta el comportamiento de todo el conjunto y que todo sistema tiene un fin.

6.5. TEORÍA CIENTÍFICA

6.5.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL

Es la obligación y compromiso de escuchar, atender comprender y satisface las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyan al desarrollo de los miembros de una determinada comunidad, sociedad, individuos o grupos de personas.

Comprendida como la obligación y compromiso que los miembros de una determinada comunidad, sociedad o grupo de personas natural o jurídico, tienen para sí mismos y para con algunos de ellas en su conjunto.

En la actualidad la sociedad y la opinión pública exigen de cualquier tipo de empresa el respeto de los valores generalmente aceptados y perciben la RSC como parte del concepto más general de la sostenibilidad (Puterman, 2005).

La Responsabilidad Social Cooperativa (RSCoop) es un tema en construcción permanente, no acabado, ya que el hablar de esta temática implica un proceso integral gradual y continuo en las organizaciones cooperativas (Puteman, 2005).

Fundamento de la RSC:

- La responsabilidad social cooperativa existe en la misma esencia de las entidades cooperativas.
- Las cooperativas pueden actuar sin la mirada juiciosa del entorno porque han nacido de las mismas comunidades o son parte de ellas y no practican una forma particular de responsabilidad social empresarial, sino que son por y en sí mismas socialmente responsables.
- La Responsabilidad Social Cooperativa está enmarcada en los valores y principios genuinos y esenciales del cooperativismo como doctrina, sistema y movimiento (Puteman, 2005).

1. Aspectos generales del Balance Social Cooperativo

Definición

"El Balance Social es una herramienta de la gestión socioeconómica que les facilita las cooperativas medirse y rendir cuentas a los/as asociados/as – especialmente y a todos los demás grupos de interés que están impactados por su acción e identidad, es decir desde los valores y los principios cooperativos (Mujica, 2004).

Constituye una herramienta para informar, planificar, evaluar y controlar el ejercicio de dicha responsabilidad. Su conocimiento de trabajadores, sindicatos, estado, universidades y público en general. En él se encuentran temas concretos que permiten reflexionar y elaborar propuestas para ayudar a concebir y perfeccionar cualquier organización (Mujica, 2004).

2. Balance Social Cooperativo

Un aspecto de gran significación dentro del estudio del Balance Social Cooperativo lo constituye el artículo "Balance Social, sin embargo, las cuestiones sociales no son nuevas para el cooperativismo porque forman parte de sus principios rectores, de su misma esencia y de su propia identidad como organización social.

Por ello, es que los principios y valores del movimiento son la estructura y el soporte de las estrategias y acciones de responsabilidad social de este tipo de empresas. El estudio y puesta en marcha del Balance Social Cooperativo, contribuye de manera directa a que la cooperativa gestione de manera eficiente esa responsabilidad social que la relaciona fuertemente con sus asociados y con todos los demás grupos de interés.

Distintos autores defienden que el Balance Cooperativo debe evaluar el grado de realización de los principios que permiten poner en práctica los valores esenciales del movimiento cooperativo. Louis, R. propone un Balance Social compuesto por una serie de respuestas a preguntas referidas a la aplicación de los principios

cooperativos. En la misma línea se expresa Cracogna, D. "Constituye una conclusión necesaria afirmar que el balance cooperativo debe versar indiscutiblemente acerca del grado de cumplimiento de los principios cooperativos, sin perjuicio de que la medición concreta, los ítems a considerar, y otros, dependan de las peculiares circunstancias de entidad, lugar, época y actividad" (Cracogna, 2008).

Finalmente los autores G. Martínez y A. Bialakowsky sostienen que el Balance Social Cooperativo "consiste básicamente en reunir, sistematizar y evaluar la información que corresponde a las dimensiones sociales que hacen a la naturaleza y a los fines de la actividad cooperativa, impresa en un documento de alcance público, donde se pueden cuantificar los datos mediante el elemento operativo del balance social que son los indicadores sociales" (Cracogna, 2008).

3. Importancia de elaborar un Balance Social Cooperativo

Las razones por las cuales se debe elaborar un balance social crea una diferencia en la imagen de la empresa, tomando en cuenta que es un instrumento cada vez más valorado por los inversionistas y consumidores en el mundo. Estas razones son:

- **Respalda a proyectos de inversión**.- El balance social es un instrumento de validación que los analistas de mercado, inversionistas y organismos financieros incluyen en su lista de documentos necesarios para respaldar la sustentabilidad de los proyectos de una empresa (Mendez, 2005).

- **Genera Confianza.-** La empresa que realiza este esfuerzo por publicar y hacer transparentes sus acciones y decisiones está más capacitada para construir lazos de confianza con sus grupos de interés. El balance social actúa como complemento del balance financiero-contable, demostrando la apertura de la empresa al diálogo y a sus esfuerzos por responder a los intereses de todos sus públicos objetivos (Mendez, 2005).

- **Minimiza Riesgos.-** En un mundo globalizado, en el cual las informaciones sobre las empresas circulan permanentemente en los mercados internacionales,

una conducta ética y transparente debe incorporarse a la estrategia de cualquier organización moderna. Además, la comunicación fortalece los puentes de confianza entre las empresas y sus asociados, reduciendo paralelamente los riesgos de un conflicto (Mendez, 2005).

- **Consolida una intención o tendencia.-** Es así que la adopción de un modelo de Balance Social ayudará a las empresas ecuatorianas a consolidar sus hasta ahora tímidas presentaciones de información en relación al tema de Responsabilidad (Mendez, 2005).

- Social. Así mismo, la utilización de un modelo estándar, adoptado por la mayoría de las empresas del mercado, las liberará de las presunciones de que su presentación de información sobre su responsabilidad social adopta un carácter exclusivamente de marketing o promoción de la empresa (Mendez, 2005).

4. Clasificación del Balance Social.

Existen variados métodos y formas para procesar y exponer la información de tipo social, cada uno con sus ventajas y desventajas. Su enfoque y contenido dependen de las necesidades informativas de la empresa y del medio, y varían según el marco jurídico-institucional y el sistema político-económico en que la empresa se desarrolla. Puede clasificar según distintos criterios:

Según el destinatario

- **Balances sociales internos.-** Aportan información a los directivos y a los trabajadores de la empresa (agentes sociales internos). Como ejemplo puede citarse el balance social impuesto por la ley francesa de 1977. Los balances sociales exclusivamente internos brindan información más específica y analítica (Mendez, 2005).
- **Balances sociales externos.-** Están dirigidos a los interlocutores sociales externos como la comunidad, el estado, los medios de información, los

clientes, etc. Son ejemplos de este tipo los balances estadounidenses e ingleses (Mendez, 2005).

- **Balances sociales mixtos.-** Se reconocen como destinatarios a ambos colectivos. Entre ellos pueden mencionarse algunas experiencias alemanas (Mendez, 2005).

Según su utilidad o finalidad

- **Instrumentos de relaciones públicas.-** Tratan de lograr una mejor imagen de la empresa.
- **Instrumentos de información empresarial.-** Reúnen en un documento único las informaciones hacia los distintos colectivos sociales con los que la empresa se relaciona.
- **Instrumentos de gestión social integrada.-** Incluyen además las etapas de planificación y control (Mendez, 2005).

Según el nivel de participación en la elaboración

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

- **Balances sociales unilaterales.-** La labor recae en un sólo agente social, generalmente los directivos de la empresa.
- **Balances sociales con participación parcial.-** Se incorporan otros agentes sociales en su elaboración, como los trabajadores o sus representantes.
- **Balances sociales multilaterales.-** Participa un número indeterminado de agentes sociales, que tendría como límite utópico a todos los que interactúan con la empresa (Mendez, 2005).

Según la obligatoriedad legal

- **Balances sociales obligatorios por ley.-** En países como Francia y Portugal se establece la obligatoriedad de emitir balances sociales para empresas que emplean un número determinado de trabajadores.
- **Balances sociales voluntarios.-** Su emisión es facultativa para la empresa.

Propuestas intermedias sostienen que la legislación debe establecer un contenido mínimo y pautas generales de confección.

- **Según el sector al que pertenece el ente.-** Se los distingue en balances sociales públicos y privados.
- **Según la cantidad de unidades de medida empleadas.-** Se los llama unidimensionales o multidimensionales. Algunas variables pueden traducirse en dinero, en horas trabajadas, en cantidades físicas, etc.
- **Según la objetividad de sus mediciones.-** Se los diferencia entre modelos cuantitativos o cualitativos; numéricos o no numéricos respectivamente.
- **Según su acercamiento a los modelos propuestos por la contabilidad tradicional.-** Se los clasifica en contables y no contables. La última clasificación se refiere, en sentido estricto, al enfoque de la Contabilidad Patrimonial (Mendez, 2005).

Si se considera a la Contabilidad en un enfoque más amplio, como una disciplina social que abarca a la Contabilidad patrimonial o financiera, a la gerencial o administrativa, a la gubernamental o pública, a la económica y a la social, es posible agrupar los balances sociales como se propone a continuación:

5. Modelos que presentan el enfoque de la Contabilidad patrimonial.

Estos modelos exponen la información totalmente cuantificada en unidades monetarias y respetando en muchos casos la partida doble. Entre ellos se pueden destacar: el Estado del Valor Agregado, el Estado del Excedente de la Productividad Global y el Balance Socio-económico.

1) Modelo con enfoque monetario.

Estos modelos, alejados en distinto grado del enfoque de la Contabilidad Patrimonial, son más flexibles que los mencionados anteriormente. En general resulta más comprensible para los usuarios de este tipo de información, quienes no siempre

cuentan con conocimientos suficientes en relación con esta disciplina (Mendez, 2005).

2) Modelos de Balance Social

Los modelos que considero más relevantes son los siguientes:

A. Modelo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)

Combina varios propósitos y desde el punto de vista metodológico adopta el criterio del destinatario, en sus dimensiones interna y externa. Aunque proviene de una práctica obligatoria y de una instancia de política pública internacional, contribuye a desarrollar entre las empresas de capital una acción social voluntaria no impositiva y asignar recursos a estos efectos. Este balance presenta variables que se ven afectadas por los momentos políticos, económicos y sociales de las comunidades en que está inserta la organización (Aguirre, 2005).

B. Modelo de la Alianza Cooperativa Internacional para las Américas (ACI – AMÉRICAS)

Un balance social para las cooperativas debe ser un instrumento que mida la acción integral de tal organización; es un instrumento de evaluación interna de su gestión en su totalidad. Dicha gestión se encuentra claramente expresada en los Principios Universales dispuestos por el Congreso de Manchester en 1995 (Aguirre, 2005).

C. Modelo de la Alianza Cooperativa Internacional – Américas

a Introducción y/o Presentación
b Mensaje del Presidente (a)
c Mensaje del Gerente (a)
d Análisis y ponderación de cada uno de los principios cooperativos: Dimensiones,
e indicadores y variables.

f Datos Identificativos de la Organización.

g Misión, Visión de la Organización.

h Informe final (Aguirre, 2005).

D. Modelo de Global Reporting Initiative (GRI):

Es un acuerdo internacional, elaborado con visión de largo plazo en el que han participado múltiples actores mundiales. Su misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, aplicable globalmente y de manera voluntaria por organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios (Manson, 2010).

3) Modelos De Global Reporting

A. Initiative (GRI)

- **Visión y estrategia**: Descripción de la estrategia respecto a la sostenibilidad, incluyendo una declaración del presidente de la organización.
- **Perfil de la organización:** Visión general de la organización y del alcance de la memoria, así como información para ponerse en contacto con ella.
- **Estructura de la dirección de la empresa y sistemas de gestión:** Indicar el alcance de la responsabilidad de los principales comités, y las responsabilidades directas sobre el desempeño, económico, social y ambiental.
- **Índice**: Tabla en la que se identifique la localización de cada elemento de la memoria, por apartados e indicadores.
- **Indicadores de desempeño:** Para evaluar y describir la actuación de la empresa.

B. Modelo de AA 1000:

Fue introducida en 1999 por el Institute of Social and Ethica Accountability, con el ánimo de ayudar a las empresas a entender y mejorar su desempeño ético y social,

describiendo la forma de identificar temas claves y posteriormente reportarlos para ser auditados (Mugarra, 2013)**.**

C. Modelo de AA 1000.

- **Visión y estrategia**: Declaración del Presidente o máximo ejecutivo de la empresa describiendo los elementos claves del reporte.
- **Perfil del reporte*:*** Una visión general de la estructura y alcance del reporte.
- **Perfil de la organización**: Quién es, qué hace y dónde opera.
- **Sistemas de administración:** Estructura organizacional, sistemas de administración y, especialmente, vínculos con sus grupos de interés
- **Indicadores de desempeño**: Información cuantitativa y cualitativa sobre las operaciones en las áreas financiera, ambiental y social.

D. Modelo de Ibase:

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

E. Modelo de IBASE:

- **Mensaje del presidente:** La empresa se posiciona frente a sus partes interesadas, informando la perspectiva desde la cual se desarrolló todo el proceso que resultó en el informe e introduciendo los principales aspectos.
- **Perfil de la iniciativa**: Ofrece una visión general de la empresa, una especie de síntesis que permite una visualización total.
- **Sector de la economía**: Constituye una breve presentación del sector de la economía en la que la empresa actúa abordando sus desafíos y perspectivas, y la contribución del sector a la economía como un todo.
- **Histórico:** Relato sucinto del surgimiento y etapas por las que pasó la empresa.

- **Principios y valores:** La empresa explica aquí los principios y valores que nortean los procesos a la hora de tomar de decisiones.
- **Estructura y funcionamiento:** Además de la estructura organizacional a nivel macro y de las principales informaciones de cómo la empresa opera, deben ser mencionados los aspectos más significativos de los sistemas de gestión.

4) Análisis, comparaciones y ventajas de los modelos del Balance Social.

Los modelos de Balance Social más conocidos se han originado en las organizaciones empresariales que ponen acento en el factor capital y en la perspectiva de dar cumplimiento a los principios de la responsabilidad social empresarial. De ahí que el balance social es el resultado tangible de toda la gestión que debe manifestar el cumplimiento de su propósito social.

- **Gobernación Corporativa:** La empresa presenta su sistema de dirección, especialmente consejeros, los criterios de selección adoptados para la elección de esos consejeros, el tiempo de mandato, la misión y principales.
- **Visión**: Presenta su visión de futuro, la forma como articula los desafíos de orden ético, social, ambiental y económico en el desarrollo de sus actividades finales y cómo consolida la presencia de estos aspectos en el proceso de tomar una decisión.
- **Diálogo con partes interesadas:** Trata los criterios y procesos utilizados por la empresa en el diálogo con las partes interesadas (stakeholders).
- **Indicadores del desempeño:** La empresa expone sus indicadores de desempeño en lo que se refiere a la responsabilidad social, los cuales constituyen elementos esenciales en la viabilidad del diálogo con sus diferentes públicos (Juan & Japa, 2008).

5) Responsabilidad Social Cooperativa

Un aspecto de gran connotación en la gestión de las Cooperativas de Ahorro y Crédito es hablar de responsabilidad social. “Hablar de responsabilidad social, no

solo es posible sino hasta necesario, porque la esencia misma de la empresa cooperativa es precisamente su finalidad social" (Juan & Japa, 2008).

No es posible imaginar a una cooperativa que sea coherente con sus principios fundacionales (y a la vez, exitosa) si no desarrolla esta capacidad como un verdadero estilo de gestión. No hay cooperativas sustentables si no son capaces de aprender todos los días algo más acerca de lo que es "escuchar, atender, comprender y poner en práctica las acciones asociadas a una mejora de la calidad de vida, a una ética en las relaciones y al ejercicio de la ciudadanía, tanto en la empresa como en el ambiente externo.

Indicadores de la Responsabilidad Social Cooperativa

Seguidamente presento en detalle los indicadores de la Responsabilidad Social:

1. **Valores y Transparencia.-** Una sólida organización cooperativa debería estar siempre preocupada y ocupada por la difusión de sus valores sociales fundantes, y velar por el imperio absoluto de la transparencia en sus formas de gestión, tanto frente a sus propios asociados como de cara a toda la comunidad (Juan & Japa, 2008).

2. **Comunidad Interna.-** "Si tenemos la gente, tenemos el proyecto", dice una frase genial. No hay empresa cooperativa de excelencia que no esté integrada, dirigida y sostenida por gente excelente. Esto recorre un largo y permanente camino, que va desde la preocupación de formar y tener los mejores consejeros hasta disponer de los mejores cuadros de dirección y de trabajo (Juan & Japa, 2008).

3. **Medio Ambiente.-** Cada vez es mayor la conciencia comunitaria acerca del cuidado y la preservación del medio ambiente. Una empresa cooperativa que tenga visión de mediano y largo plazo sabrá que las generaciones actuales sólo tienen prestado un capital ambiental que les pertenece a las generaciones futuras: los futuros socios (Juan & Japa, 2008).

4. **Proveedores.-** Es imposible pensar en la sustentabilidad empresarial de las empresas cooperativas y en que éstas sean a su vez agentes de transformación social si no utilizan a pleno toda su capacidad de generar nuevas conductas sociales en alianza con sus proveedores (Juan & Japa, 2008).

5. **Consumidores.-** Las empresas cooperativas en general están especialmente comprometidas en este punto, y particularmente las que generan y proveen servicios a sus socios. Si para las empresas privadas el principio de plena satisfacción es una variable de competitividad, cuánto más lo es para una cooperativa de servicios (Juan & Japa, 2008).

6. **Comunidad.-** Tal vez sea una de las dimensiones más visibles de la RS de las empresas cooperativas en la escala comunitaria. Las empresas cooperativas que son consideradas líderes invierten no sólo recursos sino que participan en la construcción de una educación de calidad para todos los niños y jóvenes; generan y sostienen servicios de salud para todos los estamentos de edades de la población; patrocinan y respaldan de manera permanente hechos que hacen al rescate y la promoción de la cultura de las comunidades; promueven el deporte y la recreación; facilitan procesos de comunicación e intercambio con otras comunidades y cooperativas, entre otros (Juan & Japa, 2008).

7. **Gobierno y Sociedad.-** Las empresas cooperativas deberían ser verdaderas escuelas de democracia, puesto que sus principios de gobierno así lo determinan. La simplicidad del principio "un socio, un voto" contrasta con el modelo de participación política que rigen actualmente (Juan & Japa, 2008).

Las cooperativas aún tienen mucho por aportar a la sociedad en lo que respecta a buen gobierno y construcción de capital social. Por su misma esencia, éstas deberían ser "las estadistas de las comunidades" en las que han nacido y se desenvuelven; esto es, ser capaces de demostrar a la ciudadanía que es posible el ejercicio eficiente de una dirigencia preocupada por el bien común, con mirada de largo plazo, completamente alejada del propio interés individual y con un horizonte de por lo menos 5 a 7 generaciones" (Puterman, 2005).

Esta importante necesidad no puede postergar su resolución, las cooperativas deben demostrar con su acción diaria las razones de su existencia como forma especial de asociación de personas con un objetivo común, y ello obliga a gestionar adecuadamente todas sus dimensiones y no únicamente las económicas (Gibson & Donnelly, 2006).

6.5.2. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Según lo publicado por (COOP, 2009), se define a las estrategias competitivas como "la creación de un conjunto de actividades en la empresa frente a una o varias escogidas por sus competidores".

Estas dos definiciones llevan a suponer como beneficio de los asociados la generación de valor rentable de su dinero.

1. Principios y Dimensiones Cooperativos

Los principios cooperativos son pautas generales por medio de las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores (Arias, 2006):

Asociación voluntaria y abierta.- Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de asociarse, sin discriminaciones raciales, políticas, religiosas, sociales y de género (Arias, 2006).

Las dimensiones agregadas a estos principios, son básicamente las siguientes:

- Apertura cooperativa, que implica revisión de los límites impuestos a los nuevos socios y las trabas puestas a la salida, el fomento de la asociación, entre otras variables.
- Identidad cooperativa del asociado, que significa revisión del proceso de inducción - incorporación del asociado y de la aceptación de los valores y principios del cooperativismo.

- No discriminación por razones de género, basada en la clase social, por identidad étnica, por afiliación política, por creencia religiosa, etc. (Arias, 2006)

Control democrático por los asociados.- Las cooperativas son organizaciones democráticamente administradas por sus asociados, quienes participan activamente en la fijación de políticas y en la toma de decisiones (Berenson, 2000).

Participación económica de los asociados.- Los asociados contribuyen equitativamente a la formación del capital de su cooperativa y lo administran democráticamente. Por lo general, al menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa. Los asociados suelen recibir una compensación limitada, si acaso alguna, sobre el capital suscripto como condición para asociarse.

Las dimensiones correspondientes pueden ser:

- Destino de los excedentes generados.
- Justicia en la remuneración al capital.
- Configuración del capital social.

Autonomía e independencia.- Las cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda administradas por sus asociados. Si intervienen en acuerdos con otras organizaciones, incluidos los gobiernos, o captan capital de fuentes externas, lo hacen en términos que aseguren el control por parte de los asociados y mantengan su autonomía cooperativa.

Las dimensiones más caracterizadas son:

- Estructura del capital social.
- Independencia de los miembros del Consejo de Administración.

Educación, entrenamiento e información.- Las cooperativas brindan educación y capacitación a sus asociados, representantes elegidos, funcionarios y empleados, de manera que puedan contribuir efectivamente al desarrollo de ellas. Informan al

público en general, particularmente a los jóvenes y a los líderes de opinión, acerca de la naturaleza y los beneficios de la cooperación.

Son caracterizadas las siguientes dimensiones:

- Niveles educativos
- Inversiones en educación
- Procesos de formación
- Efectos de los procesos de formación
- Destinatario

Cooperación entre cooperativas.- Las cooperativas sirven más eficientemente a sus asociados y fortalecen al movimiento cooperativo trabajando mancomunadamente a través de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

Se toman en cuenta las siguientes dimensiones:

- Integración a efectos representativos.
- Integración a efectos de negocios.

Preocupación por la comunidad.- A la vez que atienden las necesidades de sus asociados, las cooperativas trabajan en pro del desarrollo sustentable de sus comunidades mediante políticas aprobadas por aquéllos.

Entre las dimensiones más precisas se pueden distinguir:

- Dotación y aplicación de fondos especiales.
- Presencia de la cooperativa en su comunidad.
- Mejora del nivel de vida del asociado y su familia.
- Compromiso medioambiental.
- Compromiso cultural.

2. Valores Cooperativos

Se parte del conjunto de valores aprobados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) en 1995, aunque para algunos autores la doctrina cooperativa trasciende los valores enunciados por dicha organización.

- **Ayuda Mutua.-** Se da la "ayuda mutua" cuando dos o más personas se socorren y cooperan entre sí para lograr las metas individuales o colectivas propuestas (J. & Array, 2000).

- **Responsabilidad.-** La "responsabilidad" es la obligación de responder por los propios actos. Es también garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos (J. & Array, 2000).

- **Democracia.-** En el cooperativismo hay "democracia" cuando los(as) asociados(as) mantienen el control de la cooperativa participando activamente en la toma de decisiones en asambleas generales, en órganos sociales a través de sus representantes o en otros espacios de poder (J. & Array, 2000).

- **Igualdad.-** Consiste en ofrecer el mismo trato y condiciones de desarrollo a cada asociado(a) sin discriminación de sexo, etnia, clase social, credo y capacidad intelectual o física (J. & Array, 2000).

- **Equidad.-** Se refiere a la noción de justicia de dar a cada cual lo que se merece o ha ganado según sea su grado de participación o aporte y reconociendo sus condiciones y características especiales. Es decir, tomando en cuenta la diferencia (J. & Array, 2000).

- **Solidaridad.-** Es la adhesión libre y voluntaria a una causa o empresa, creando una relación humana de mutuo apoyo donde la felicidad particular depende de la felicidad colectiva. Es entonces la comunidad de intereses, sentimientos y propósitos (J. & Array, 2000).
- **Honestidad.-** Es la honradez, la dignidad y la decencia en la conducta de los(as) asociados(as). La persona honesta es incapaz de robar, estafar o defraudar (J. & Array, 2000).

- **Transparencia.-** En una cooperativa hay "transparencia" cuando la información es administrada entre asociados(as) y dirigentes de manera clara, veraz y oportuna. En la base de la transparencia está la confianza, la comunicación y la franqueza. Se oponen a ella el encubrimiento y el engaño (J. & Array, 2000).

- **Responsabilidad Social.-** En el cooperativismo la "responsabilidad social" se vincula al compromiso con el desarrollo de la comunidad. Por ello las cooperativas son agentes activos en la generación de empleo y en la justa distribución de la riqueza (J. & Array, 2000).

- **Preocupación por los demás.-** Hasta no lograr el bienestar material y espiritual de las personas que le rodean, el cooperativista auténtico estará en una condición de inquietud o desasosiego, buscando soluciones a los problemas sociales. Eso es "preocupación por los demás" (J. & Array, 2000).

Las cooperativas, en su necesidad de registrar, medir y evaluar su desempeño o acción social, cuentan con la ventaja que confiere su especificidad como empresa, que la convierte en una organización peculiar y diferente del resto y que está determinada por su compromiso social, tanto con respecto a sus asociados como con respecto a otros colectivos interrelacionados con estas organizaciones.

3. Ventaja Competitiva

Muchos teóricos de la administración enfocados en el desarrollo de la estrategia han planteado que la ventaja competitiva se centra en tres grandes aspectos genéricos: la reducción de los costos, la diferenciación y el enfocarse en una porción limitada del mercado. Según (Masin & Lind, 2002), para que una ventaja competitiva sea sostenible en el tiempo los recursos y capacidades que la sustentan deben reunir las siguientes características:

Inimitabilidad: Si es fácilmente imitable, la ventaja competitiva será difícilmente sostenible en el tiempo.

Durabilidad: La mayoría de recursos y capacidades tienen una vida limitada, sobre todo en sectores de un alto dinamismo en donde su valor se deprecia rápidamente.

Apropiabilidad: ¿ha sido la organización la receptora del valor generado por el recurso o capacidad? Los diferentes grupos de interés de la organización pueden estar interesados en apropiarse de parte del valor generado.

Sustituibilidad: ¿es el recurso o la capacidad fácilmente sustituible por otro?
Superioridad competitiva: ¿hay algún recurso o capacidad que genere una ventaja competitiva superior?

Según ellos, tradicionalmente, los sectores que ofrecen mayores oportunidades para sostener una ventaja competitiva son aquellos en los que sus recursos y capacidades son duraderos y específicos; también los sectores que evolucionan gradualmente ofrecen mayores posibilidades de mantener las ventajas competitivas que los que son sacudidos por cambios drásticos en la tecnología y la demanda. Sus características esenciales son: la incertidumbre acerca de los parámetros legales, políticos y tecnológicos; la incertidumbre sobre las preferencias de los consumidores y del comportamiento de la competencia.

Todo lo anterior dificultad, la sostenibilidad en el tiempo de las ventajas competitivas y plantea el reto constante de nuestras organizaciones solidarias y sus directivos: identificar, desarrollar, proteger y desplegar los recursos y capacidades que brinden las ventajas competitivas en el tiempo (Thomson & Camacho, 2009).

La Responsabilidad Social Como Ventaja Competitiva De Los Fondos De Empleados. Si retomamos el primer principio “adhesión voluntaria y abierta”, es necesario precisar que las explicaciones que dan los textos se refieren a la no discriminación en lo social, político, racial, religioso o sexual; sin embargo, este principio debe ir más allá de la simple discriminación, pues el elemento económico, que no está presente y que figura como cuarto principio “participación económica de los asociados”, es determinístico y condicionante de los demás, ya sea directa o

indirectamente, por cuanto la capacidad económica de los asociados, crea estigmas que se marcan en el segundo principio "Gestión democrática" y en el tercer principio "autonomía e independencia" (Thomson & Camacho, 2009).

Según las líneas de crédito diseñadas se busca la satisfacción a las necesidades de los afiliados, en concordancia con los principios de solidaridad ofrecidas por el Fondo.

En armonía con el objeto social estatutario, prestará servicios de crédito a sus asociados con el fin de propósito de mejorar las condiciones de vida y la de sus familias y así mismo propender por el logro de su bienestar social, económico y cultural.

Muchos actores han hablado de esta responsabilidad y muchos de nosotros hemos participado en el debate. Es hora de actuar, evaluar, revisar y proponer. Es el momento de aceptar el reto de pertenecer a una organización social y económicamente rentable.

7. HIPÓTESIS

La aplicación de nuevas estrategias competitivas contribuye en la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

8. VARIABLES

8.1. Variable Independiente:

Responsabilidad Social

8.2. Variable dependiente:

Estrategia Competitiva

8.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Operacionalización de la variable Independiente: Responsabilidad Social

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS
Responsabilidad Social	Es la obligación y compromiso de escuchar, atender comprender y satisface las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyan al desarrollo de una determinada comunidad, sociedad, individuos o grupos de	Compromiso Desarrollo	Fundamentos Principios	1.- ¿Ha sabido si la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., ha ofrecido apoyo social a sus asociados en situaciones de emergencia, condonando la deuda de un crédito? Si ( ) No ( ) 2.- ¿El tipo de créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad? Si ( ) No ( ) 3.- ¿Cree usted que se deben incrementar nuevas políticas	Encuesta Entrevista

	personas.		Balance Social	para el mejoramiento de la Cooperativa? Si ( ) No ( ) 4.- ¿Cree usted que los productos y servicios sociales han sido creados de acuerdo a sus necesidades? Si ( ) No ( ) 5.- ¿La Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., ha mejorado el nivel social y económico de su familia? Si ( ) No ( )	

Variable Dependiente: **Estrategia Competitiva**

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS
Estrategia Competitiva	Son las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria, acciones que eran la respuesta a las cinco fuerzas competitivas.	Gestión Competencia	Estrategias Valores Cooperativos	1.- ¿Si tiene un negocio o microempresa, ha sido asistido por un asesor de inversión en su lugar de trabajo? Si ( ) No ( ) 2.- ¿La Cooperativa ha brindado educación y capacitación a sus asociados, para el desarrollo social? Si ( ) No ( ) 3.- ¿Ha participado de algún seminario que promueve la asociación de organizaciones	Encuesta Entrevista

			Rol del asociado	productivas en la comunidad? Si ( ) No ( ) 4.- ¿Los Directivos de la Cooperativa resuelven con agilidad las quejas, sugerencias o necesidades de sus socios? Si ( ) No ( ) 5.- ¿El tipo de créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad? Si ( ) No ( )	

9. METODOLOGÍA

La investigación se realizó en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., ubicada en la ciudad de Guaranda, Parroquia Guanujo calles Ayacucho y Adolfo Páez utilizando para ello la siguiente metodología:

9.1. Métodos

9.1.1. Método Inductivo.

Este método se lo utilizó en la obtención de información particular de cada grupo objetivo de investigación a través de la aplicación de los instrumentos adecuados para así llegar a establecer las conclusiones y recomendaciones que dieron lugar a una generalización y la consecuente comprobación de la hipótesis.

9.1.2. Método Deductivo.

Este método universal orientó el trabajo para llegar a una reflexión precisa partiendo desde la totalidad a lo particular del problema permitiendo reflexionar y visualizar las causas y las consecuencias del problema impulsando a dar solución.

9.1.3. Método Histórico Lógico.

Fue de gran utilidad al momento de estudiar la evolución histórica del balance social y su responsabilidad social.

9.1.4. Método Científico.

Este método permitió identificar las variables del problema, la formulación de los objetivos, hipótesis identificación de variables la operacionalización y la realización de todo el proceso de la investigación.

9.2. Tipos de investigación.

9.2.1. Por el propósito

Este es un trabajo de investigación **aplicada**, estuvo encaminado a resolver un problema práctico como es medir el nivel de cumplimiento de la responsabilidad social asumida por la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro y además sea un apoyo para los directivos y funcionarios en el cumplimiento de esta obligación legal.

9.2.2. Por el nivel de estudio

Es de nivel **descriptivo** porque en este estudio se relacionó y medió el contexto investigativo logrando hacer el análisis correspondiente que llevó a una concepción más clara las causas para concluir, recomendar y lograr excelentes resultados.

9.2.3. Por el lugar

Este trabajo fue **de campo** porque se hizo un estudio sistemático de los hechos que se produjeron en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro, tomando contacto directo con la realidad para obtener información de acuerdo con los objetivos de este proyecto.

9.3. Técnicas e instrumentos para la obtención de datos

Para la obtención de datos requeridos en la investigación se utilizaron los siguientes instrumentos de recolección de datos:

Encuesta

Posibilitó obtener información acerca del cumplimiento de la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., a través de los indicadores de evaluación aplicados.

Entrevista

Se aplicó esta técnica a los directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro, con la finalidad de obtener una información directa la misma que apoyó para cumplir el objetivo.

9.4. Universo y Muestra

El universo para la investigación fueron los socios de la cooperativa mayores a 18 años, hombres, mujeres y funcionarios de la matriz de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.; mientras que a los directivos se aplicó la entrevista.

Descripción	Cantidad	Instrumento
Directivo: Gerente	2	Entrevista
Socios Activos	3.120	Encuesta
Técnicos y Operativos	12	Encuesta
TOTAL	**3128**	

Por el significativo número de socios, se calculó la muestra, a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\text{m}}{e^2(\text{m} - 1) + 1}$$

$$n = \frac{3.128}{0.05^2(3.128 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{3.128}{0.0025\ (3.127) + 1}$$

$$n = \frac{3.128}{7.8175 + 1}$$

$$n = \frac{3.128}{8.8175}$$

$n = 354{,}749$ Aproximación: $\text{n} = 355$

9.5. Procesamiento de datos

Para que se puedan establecer las inferencias correspondientes a la información obtenida, fue preciso seguir los siguientes procesos:

1.- Elaboración de los instrumentos de recolección de información.
2.- Aplicación de la prueba piloto.
3.- Aplicación de las técnicas e instrumentos de investigación.
4.- Tabulación de la información.
5.- Análisis estadísticos de resultados a través de cuadros de frecuencia y porcentaje.
6.- Graficación de resultados a través de barras de frecuencia.
7.- Interpretación de resultados.
8.- Obtención de conclusiones y recomendaciones en base a dicha información.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1. ENCUESTA APLICADA A SOCIOS.

Pregunta N. 1 ¿Ha sabido si la Cooperativa, ha ofrecido apoyo social a sus asociados en situaciones de emergencia, condonando la deuda de un crédito?

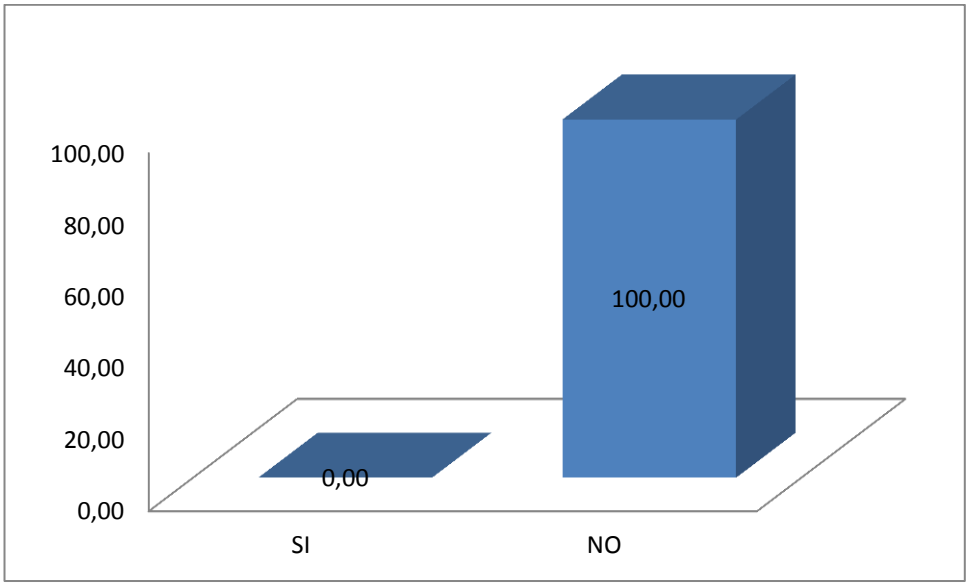
Cuadro N. 1 La Cooperativa ofrece apoyo social condonando deudas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	355	100
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 1 La Cooperativa ofrece apoyo social condonando deudas.



Interpretación:

El total de socios encuestados se inclinaron por decir no saben que la Cooperativa ha ofrecido apoyo social a sus asociados en situaciones de emergencia, condonando la deuda de un crédito.

Lo que lleva a pensar que no se sabe en la comunidad de una labor social que se ejecute en la institución crediticia, dejando de lado las necesidades de la comunidad y sus socios en general.

Pregunta N. 2 ¿El tipo de créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad?

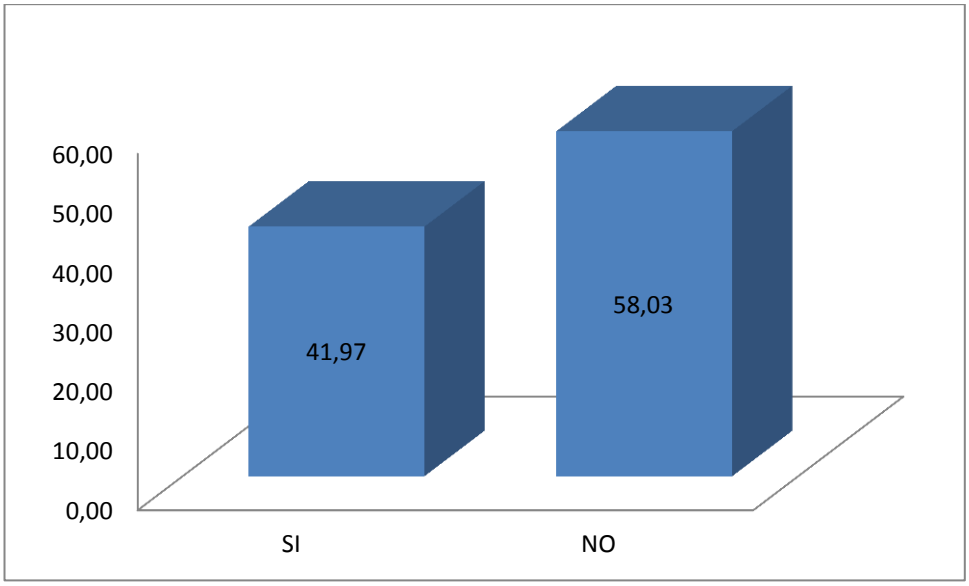
Cuadro N. 2 Los créditos se vinculas con la labor social.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	149	41,97
NO	206	58,03
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 2 Los créditos se vinculas con la labor social.



Interpretación:

La mayoría de encuestados en esta pregunta dicen que el tipo de créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., no se vincula con la labor social en la comunidad, una porcentaje menor dice que si lo hace.

Dentro de la labor social que cumple la cooperativa con sus socios es preciso se formulen estrategias de inversión social que sea apreciada en la comunidad y sobre todo supla las necesidades de sus socios, delimitando nuevas políticas que les permita acceder fácilmente a los créditos por ejemplo.

Pregunta N. 3 ¿Cree usted que se deben incrementar nuevas políticas para el mejoramiento de la función social de la Cooperativa?

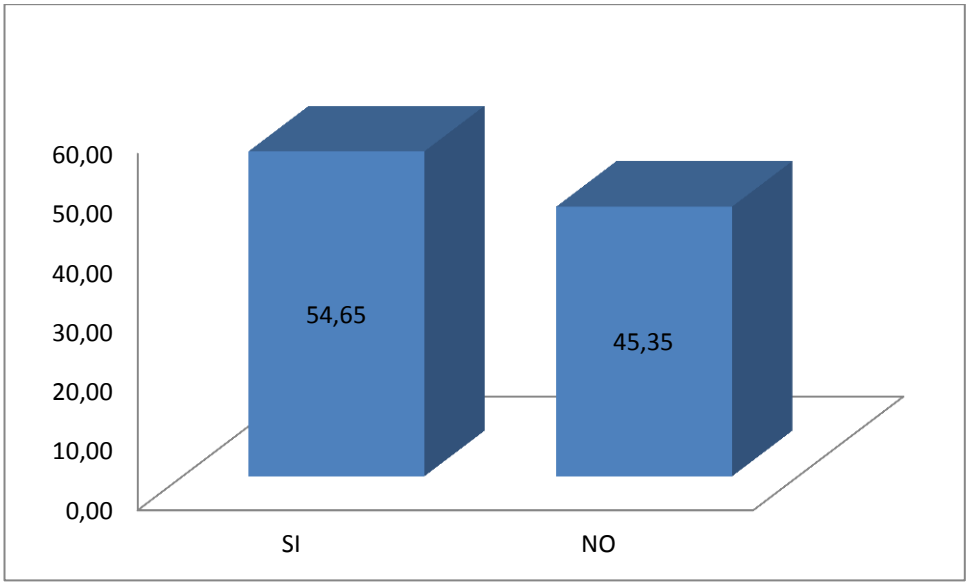
Cuadro N. 3 Nuevas políticas para mejorar la función social.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	194	54,65
NO	161	45,35
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 3 Nuevas políticas para mejorar la función social.



Interpretación:

En esta pregunta la mayoría de socios se inclinan por decir que si se deben incrementar nuevas políticas para el mejoramiento de la función social de la Cooperativa, el valor menor a están de acuerdo con que no lo deben hacer.

La función social de la cooperativa debe estar vinculada al beneficio social de sus socios y comunidad en general, pudiendo ser ésta en función de cursos, seminarios, talleres y la facilidad de formar asociaciones y otras micro cooperativas.

Pregunta N. 4 ¿Cree usted que los productos y servicios sociales de la Cooperativa han sido creados de acuerdo a sus necesidades?

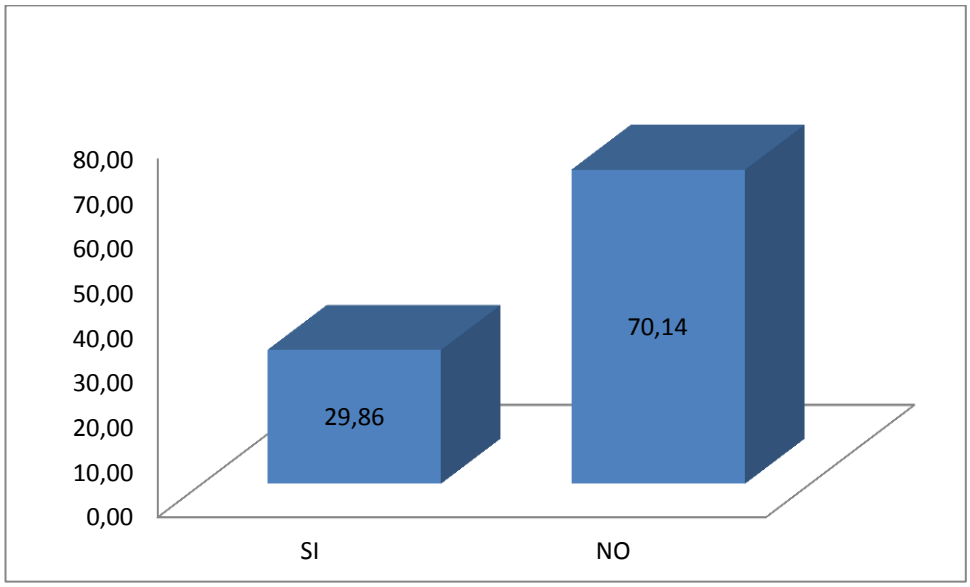
Cuadro N. 4 Los productos y servicios satisfaces las necesidades de los socios.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	106	29,86
NO	249	70,14
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 4 Los productos y servicios satisfaces las necesidades de los socios.



Interpretación:

Al indagar sobre la creación de productos y servicios sociales de la Cooperativa, la mayoría dicen que no son creados de acuerdo a sus necesidades, unos pocos dicen que si lo son.

Este sentir de la comunidad está vinculado con la insatisfacción de los clientes cunado desean acceder a sus servicios y en ciertas ocasiones no satisfacen sus propias necesidades, lo que significa que hace falta involucrarse en la comunidad y ser parte también de su sentir.

Pregunta N. 5 ¿La cooperativa ha mejorado el nivel social y económico de su familia?

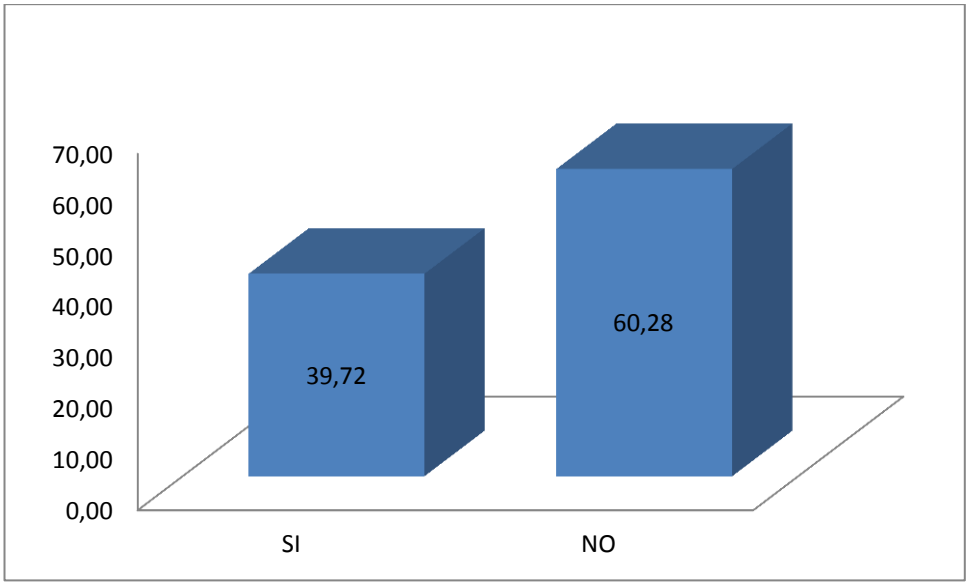
Cuadro N. 5 Mejoramiento socio económico de los socios.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	141	39,72
NO	214	60,28
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 5 Mejoramiento socio económico de los socios.



Interpretación:

En esta pregunta la mayoría de encuestados dicen que a través de los servicios de la Cooperativa no se han mejorado el nivel social y económico de su familia, mientras que un porcentaje casi igual dicen que si lo ha hecho.

No se puede negar que la entrega de créditos y otros servicios que ofrece la institución forma parte de un programa que permite apaliar las necesidades económicas de las familias, por tanto ayudan de alguna manera en su labor social, aunque, según lo evidencia dichos resultados se debe mejorarlos.

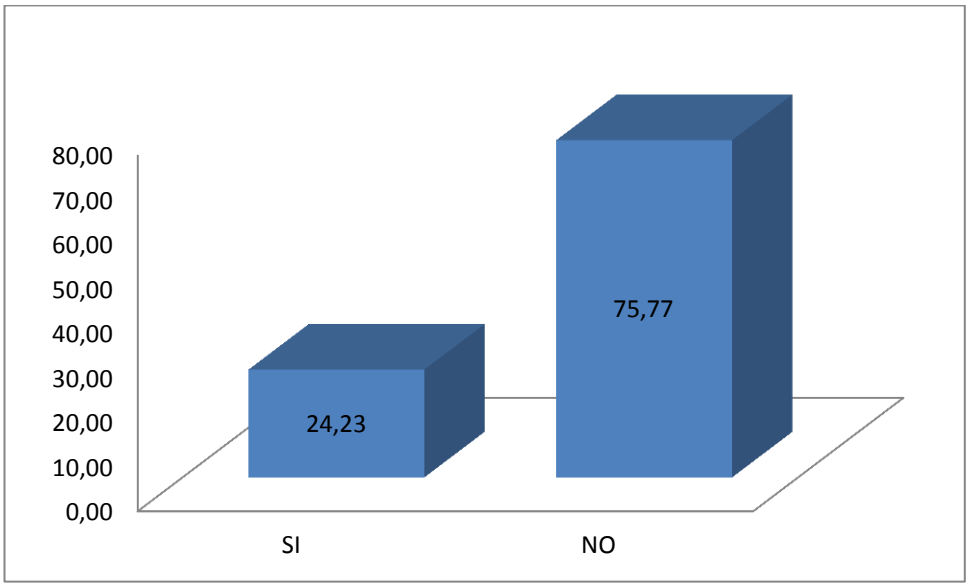
Pregunta N. 6 ¿Si tiene un negocio o microempresa, ha sido asistida por un asesor de inversión en su lugar de trabajo?

Cuadro N. 6 Visitas de asesores comerciales.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	86	24,23
NO	269	75,77
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.
Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 6 Visitas de asesores comerciales.



Interpretación:

La mayoría de socios que respondieron esta pregunta dicen que no han sido visitados por un asesor de inversión en su lugar de trabajo, y una cantidad menor dicen que sí. Esta podría ser una estrategia de negocios competitivas de la cooperativa que debe ser fortalecida o implementada en ella, ya que así se puede dar mejor servicio a sus clientes, atención personalizada, ejecutar trámites que demoran y ocupan tiempo en los socios, entre otras.

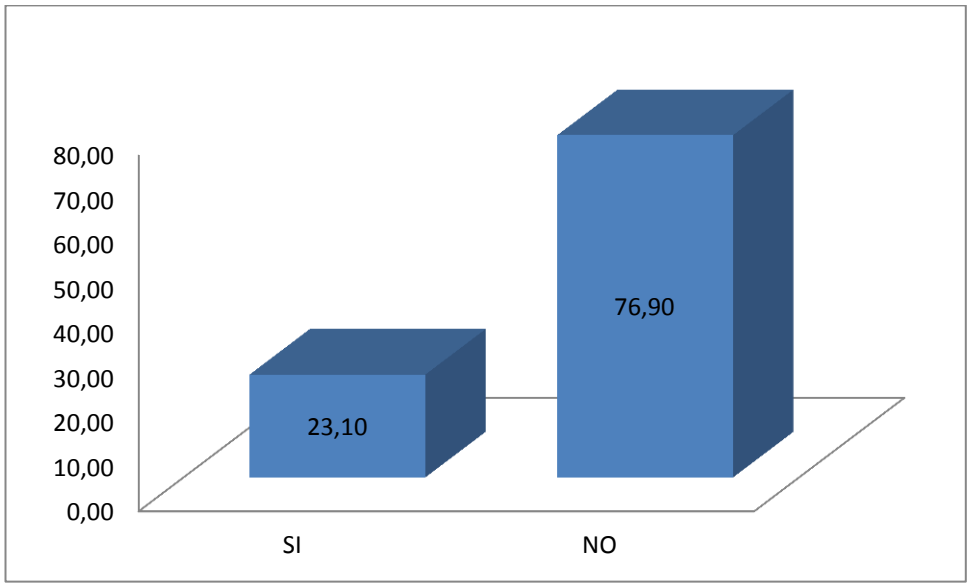
Pregunta N. 7 ¿La Cooperativa ha brindado educación y capacitación a sus asociados, para el desarrollo social y económico?

Cuadro N. 7 Educación y capacitación para el desarrollo socio económico.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	82	23,10
NO	273	76,90
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.
Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 7 Educación y capacitación para el desarrollo socio económico.



Interpretación:

La cantidad de socios que concuerdan en que la Cooperativa no brinda educación y capacitación a sus asociados, para el desarrollo social y económico, es mayor que quienes dicen que sí, lo que significa que entre las obligaciones de responsabilidad social con la comunidad no se han establecidos programas de capacitación a los asociados ara generar así microempresas, líderes comunitarios, asesorías financieras, etc.

Pregunta N. 8 ¿Ha participado de algún seminario que promueve la asociación de organizaciones productivas en la comunidad?

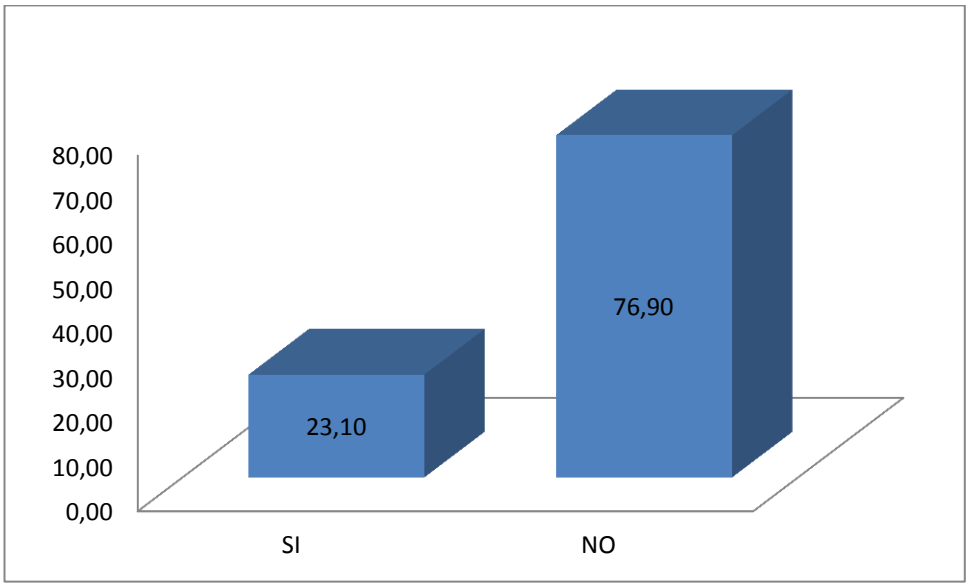
Cuadro N. 8 Seminarios que promueven la asociación de organizaciones productivas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	82	23,10
NO	273	76,90
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 8 Seminarios que promueven la asociación de organizaciones productivas.



Interpretación:

La cantidad de socios encuestados concuerdan con los datos anteriores, y es que la mayoría dicen que no han participado de algún seminario que promueve la asociación de organizaciones productivas en la comunidad. Unos pocos dicen que sí. Esta debería ser acogida como una estrategia competitiva con otras instituciones de similares objetivos, permitiendo a la comunidad asociarse en grupos, microempresas o proyectos productivos que se incluyan en los objetivos del estado al mejorar la matriz productiva del país.

Pregunta N. 9 ¿Los Directivos de la Cooperativa resuelven con agilidad las quejas, sugerencias o necesidades de sus socios?

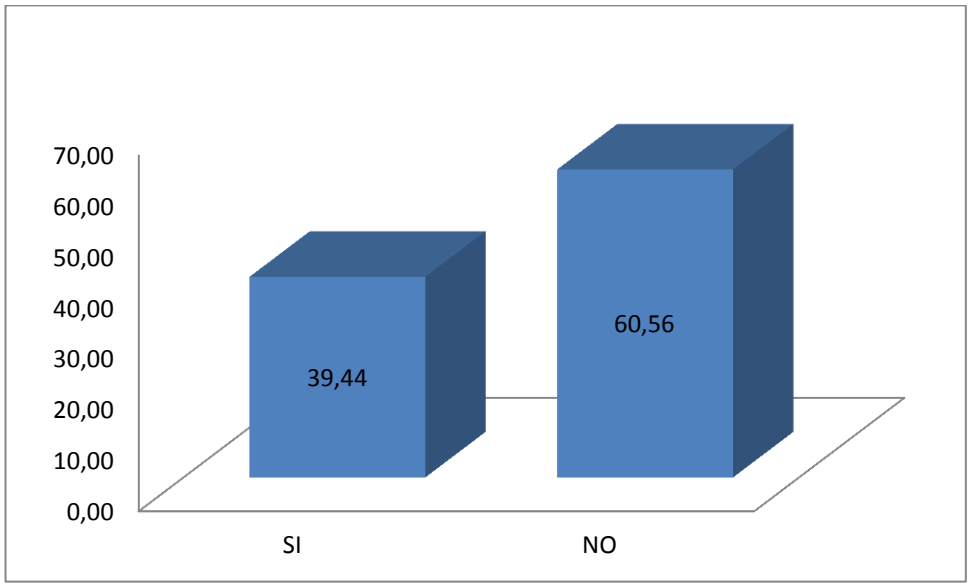
Cuadro N. 9 Resolución ágil y efectiva de quejas y sugerencias en la institución.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	140	39,44
NO	215	60,56
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 9 Resolución ágil y efectiva de quejas y sugerencias en la institución.



Interpretación:

La mayoría de socios encuestados dicen que los Directivos de la Cooperativa no resuelven con agilidad las quejas, sugerencias o necesidades de sus socios, unos pocos dicen que sí lo hacen.

Este tipo de comentarios es lo que le da calidad al servicio de una institución cuya función es la de dar atención oportuna al cliente, y sobre todo saber su grado de satisfacción al ser atendido o satisfecha sus necesidades sociales y económicas.

Pregunta N. 10 ¿El tipo de créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad?

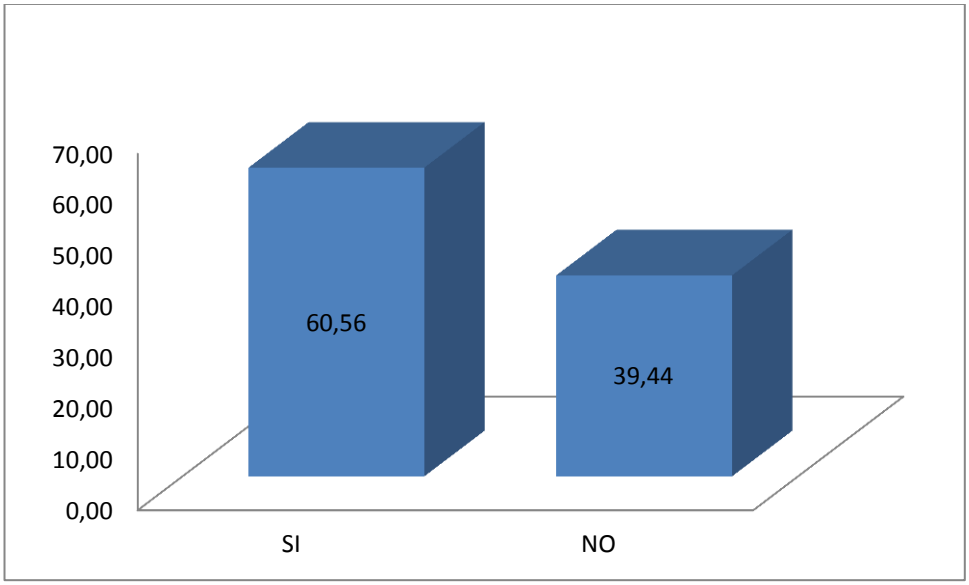
Cuadro N. 10 Los tipos de créditos y la labor social comunitaria.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	215	60,56
NO	140	39,44
TOTAL	355	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 10 Los tipos de créditos y la labor social comunitaria.



Interpretación:

Al indagar sobre el tipo de créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., y si se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad, la mayoría respondieron que no cumple esta función y unos pocos dicen que sí lo hacen.

Como se puede observar los tipos de crédito se establecen en tres tipos de los que necesitan ampliar su servicio, para lo que se sugiere plantear nuevas estrategias competitivas de la institución frente a otras de similares objetivos, con este resultado se justifica la realización del presente trabajo de investigación y así demostrar responsabilidad social en la comunidad.

2.2. ENCUESTA APLICADA A TÉCNICOS Y OPERATIVOS.

Pregunta N. 1 ¿La Cooperativa da apoyo social a sus asociados en situaciones de emergencia, condonando la deuda de un crédito?

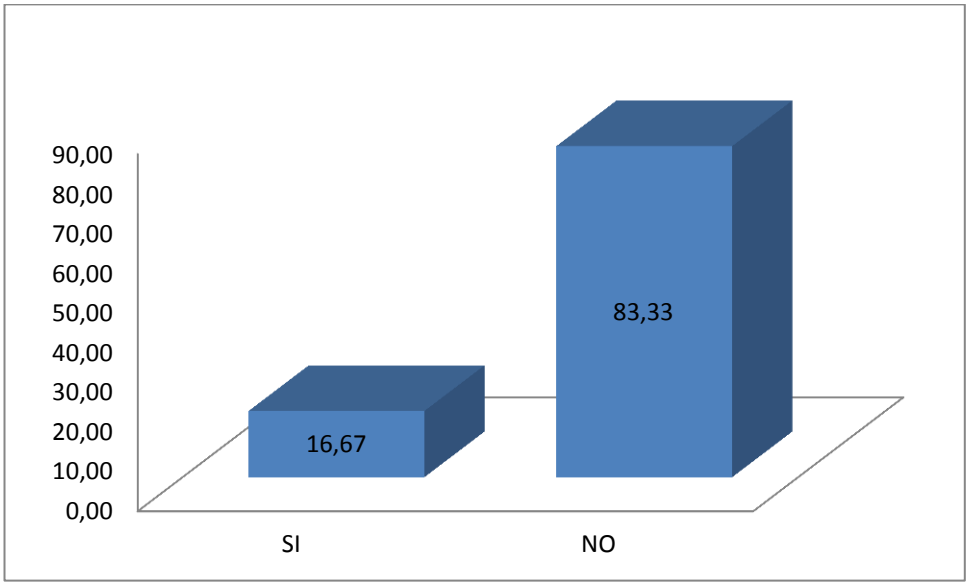
Cuadro N. 11 Apoyo social a los asociados

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	16,67
NO	10	83,33
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 11 Apoyo social a los asociados



Interpretación:

Los resultados obtenidos en las encuestas a los empleados, se obtuvo que la mayoría de ellos dicen que la cooperativa no a apoyo social a sus asociados en situaciones de emergencia, condonando la deuda de un crédito, unos pocos dicen que sí lo hacen.

Como se evidencia la donación de recursos económicos como parte de la labor social con sus socios debe ser considerada dentro de las estrategias y políticas de ésta siempre que no atente contra la seguridad económica de la misma.

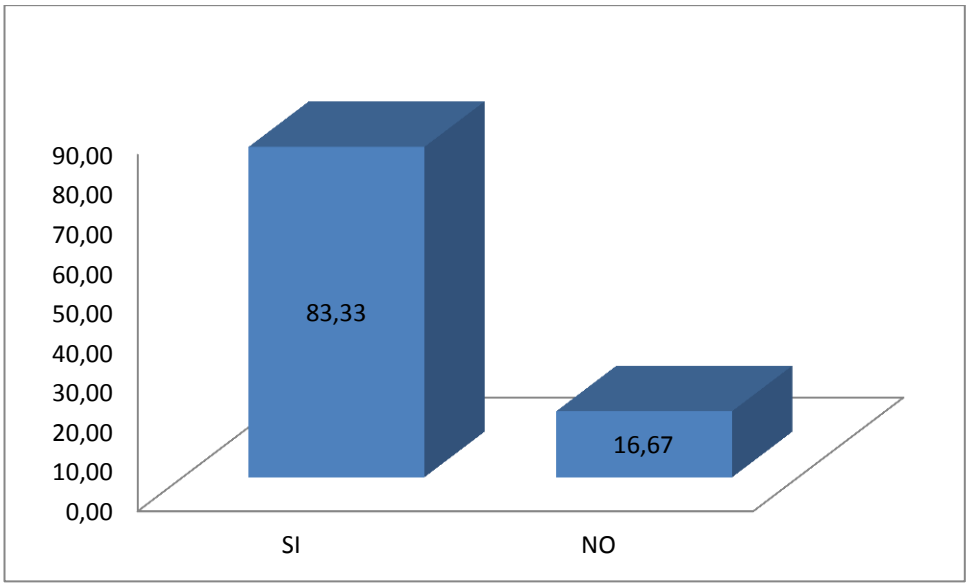
Pregunta N. 2 ¿En su desempeño dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., usted hace algún tipo de labor social en la comunidad?

Cuadro N. 12 Cumplimiento de la labor social.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	83,33
NO	2	16,67
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.
Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 12 Cumplimiento de la labor social.



Interpretación:

En esta pregunta, se obtuvo con mayor porcentaje a quienes dicen que en su desempeño en la cooperativa si cumplen con un tipo de labor social, unos pocos dicen que no la cumplen.

El desempeño de sus funcionarios responde a las políticas que se establecen en su reglamento, dentro de los cuales la función con la sociedad se relaciona más con la participación en eventos sociales, fiestas locales y patronales, por tanto se deben incluir en su contenido lineamientos de acción para con sus socios en función de las necesidades socio económicas de sus socios.

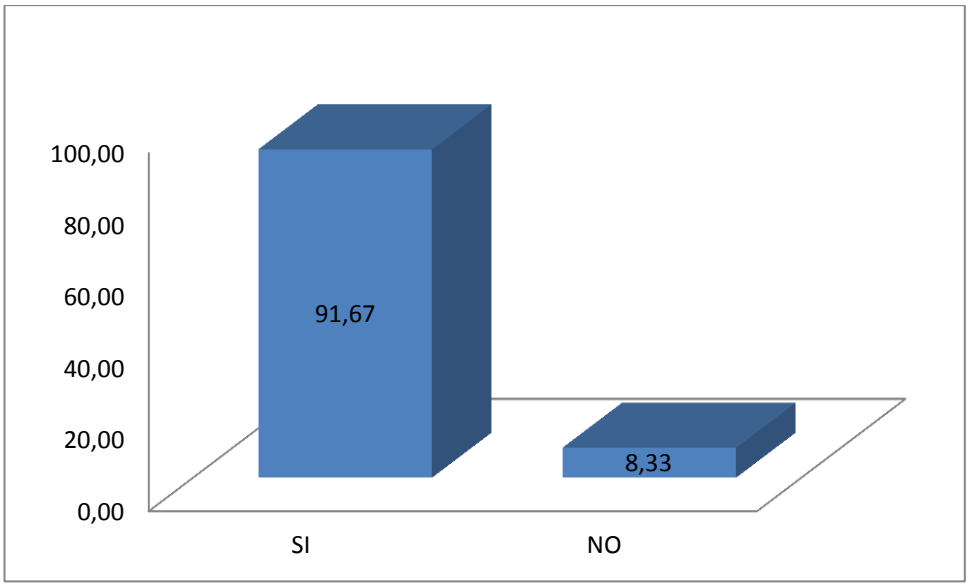
Pregunta N. 3 ¿Cree usted que se deben incrementar nuevas estrategias en la Cooperativa para brindar mejor servicio a sus socios?

Cuadro N. 13 Incremento de nuevas estrategias.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	91,67
NO	1	8,33
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.
Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 13 Incremento de nuevas estrategias.



Interpretación:

Al indagar sobre si es necesario incrementar nuevas estrategias en la cooperativa para brindar mejor servicio a sus socios, la mayoría de los encuestados dicen que si se lo debe hacer, y un pequeño porcentaje dicen que no.

Estas respuestas están concordando con les respuestas dadas por los socios al responder que si deben cambiarse políticas en la cooperativa. Así se podrán satisfacer las necesidades socio económico de ellos y la comunidad en donde se desenvuelve.

Pregunta N. 4 ¿Existen productos y servicios en la cooperativa creados en base a la responsabilidad social en la comunidad?

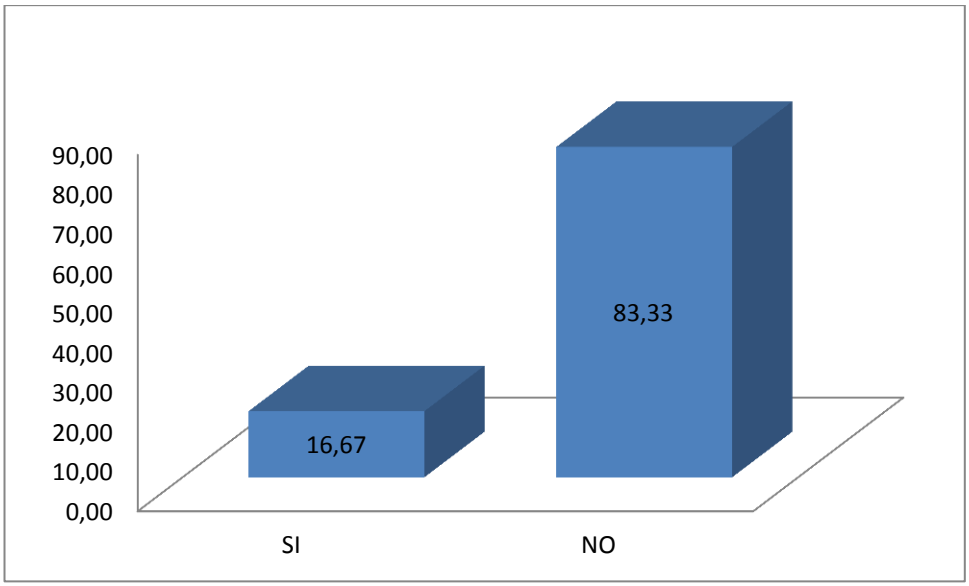
Cuadro N. 14 Productos en base a la responsabilidad social.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	16,67
NO	10	83,33
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 14 Productos en base a la responsabilidad social.



Interpretación:

Los empleados han respondido en su mayoría que no existen productos y servicios en la cooperativa creados en base a la responsabilidad social en la comunidad, mientras que una cantidad menor de ellos dicen que si los hay.

Ante estas respuestas se deben proponer nuevos productos y servicios que se sustenten en cumplir con las exigencias de la comunidad, renovando los que ya existen y así compitiendo con otras similares, posicionando así la institución en el mercado por su solidaridad social y económica.

Pregunta N. 5 ¿La cooperativa ha mejorado el nivel social y económico de las familia?

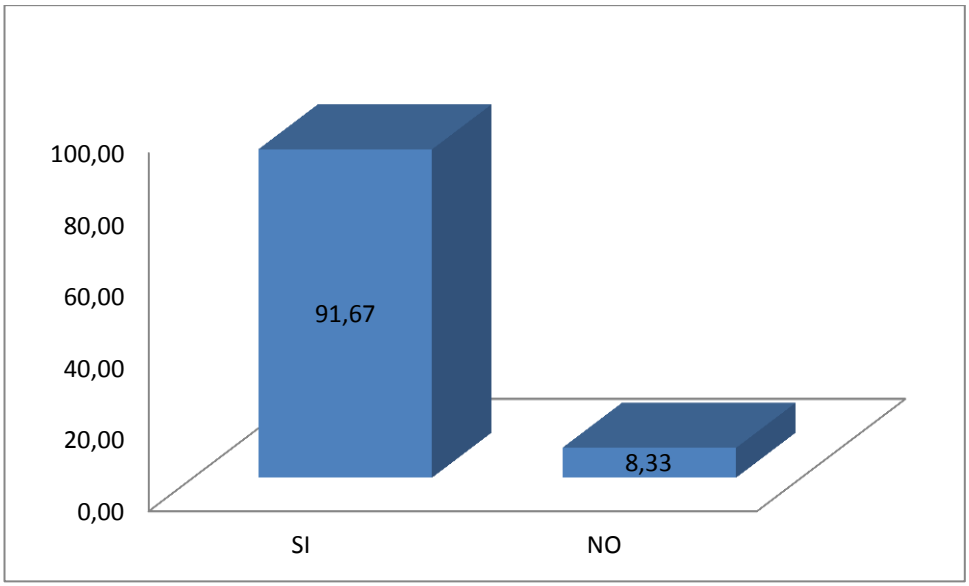
Cuadro N. 15 Implicada en el mejoramiento socio económico de las familias.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	91,67
NO	1	8,33
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 15 Implicada en el mejoramiento socio económico de las familias.



Interpretación:

Los empleados encuestados en su mayoría afirman que la cooperativa si ha mejorado el nivel social y económico de las familias, mientras que unos pocos dicen que no lo han hecho.

La labor que cumple la institución es precisamente esa, mejorar el nivel de las familias, y en este aspecto coinciden los socios y empleados en afirmarlo, por tanto se considera que están cumpliendo con su finalidad.

Pregunta N. 6 ¿Se dan visitas a clientes e inversionistas para proponer nuevas estrategias de negocios a socios y otros clientes potenciales?

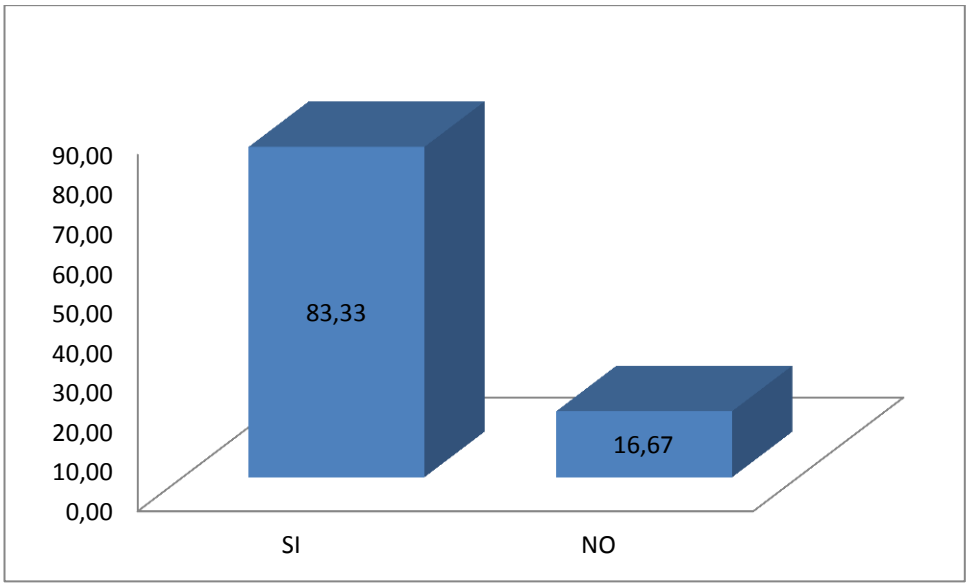
Cuadro N. 16 Visitas a clientes e inversionistas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	83,33
NO	2	16,67
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 16 Visitas a clientes e inversionistas.



Interpretación:

Los empleados que han sido encuestados concuerdan en su mayoría al decir que si dan visitas a clientes e inversionistas para proponer nuevas estrategias de negocios a socios y otros clientes potenciales, mientras que unos pocos dicen que no lo hacen.
Estos valores son en contraposición con aquellos que se obtuvo con los socios, por lo que se debe hacer una revisión de las acciones que cumplen y deben cumplir los agentes de créditos y asesores financieros para mejorar las oportunidades de créditos en beneficio de los clientes y de la institución crediticia.

Pregunta N. 7 ¿La Cooperativa ha brindado educación y capacitación a sus asociados, para el desarrollo socio económico?

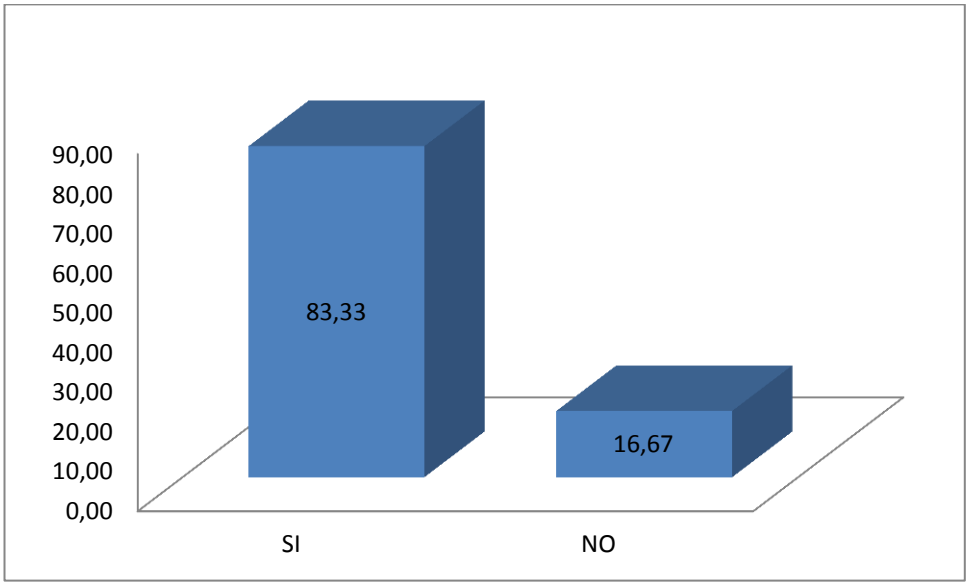
Cuadro N. 17 Educación y capacitación para mejorar su desarrollo socio económico

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	83,33
NO	2	16,67
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 17 Educación y capacitación para mejorar su desarrollo socio económico.



Interpretación:

La cantidad de empleados encuestados que concuerdan en que la Cooperativa si brinda educación y capacitación a sus asociados, para el desarrollo social y económico, es mayor que quienes dicen que no; lo que significa que se debe diseñar como respuesta a esta deficiencia un plan de programas de capacitación a socios y demás miembros de la comunidad para mejorar su desarrollo.

Pregunta N. 8 ¿La Cooperativa promueve y asesora la asociación de organizaciones productivas en la comunidad?

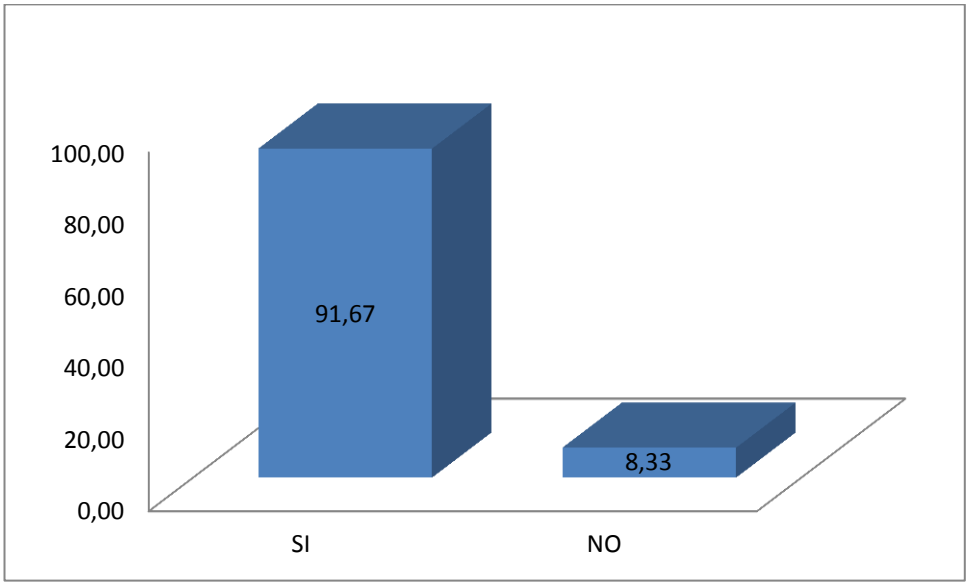
Cuadro N. 18 Promueve la asociación de organizaciones productivas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	91,67
NO	1	8,33
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 18 Promueve la asociación de organizaciones productivas



Interpretación:

La mayoría empleados encuestados concuerdan en decir que la cooperativa si promueve y asesora la asociación de organizaciones productivas en la comunidad y unos pocos dicen que no. Contrario a lo que responden los socios la capacitación parece haberse no aplicado de forma correcta para que sea acogido por los usuarios como un medio para la creación de nuevas asociaciones y microempresas productivas.

Pregunta N. 9 ¿Se resuelven con agilidad las quejas, sugerencias o necesidades de sus socios?

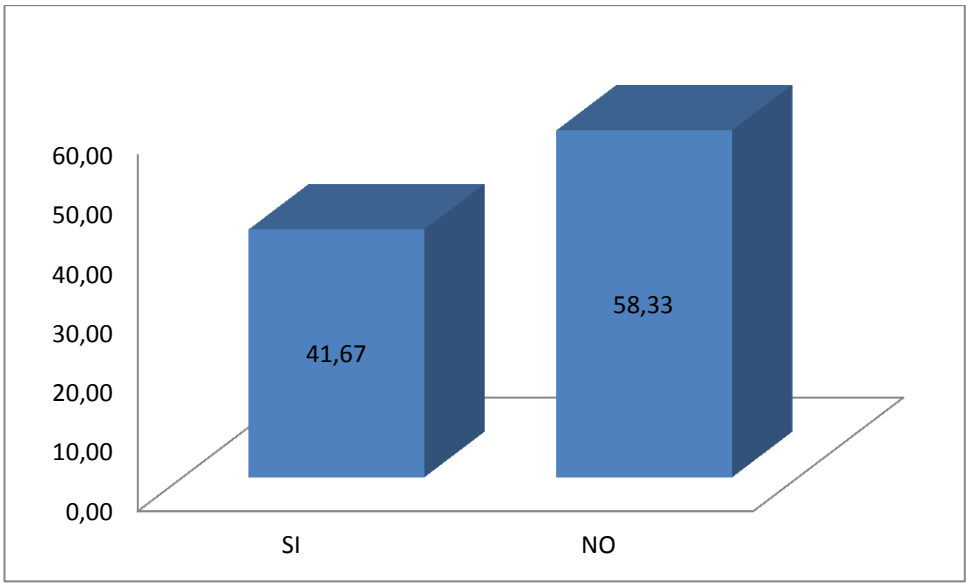
Cuadro N. 19 Resolución de quejas y sugerencias.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	41,67
NO	7	58,33
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 19 Resolución de quejas y sugerencias.



Interpretación:

La mayoría de empleados encuestados dicen que no se resuelven con agilidad las quejas, sugerencias o necesidades de los socios, unos pocos dicen que no lo hacen.

Al igual que la pregunta anterior, los resultados de parte de los socios ha sido contrarios a los que se obtuvieron de los empleados; razón por la cual da pie a pensar que las quejas y sugerencias de los primeros no son atendidas con la agilidad que se debe y se dejan de lado valiosas sugerencias para mejorar su servicio y atención.

Pregunta N. 10 ¿Los créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad?

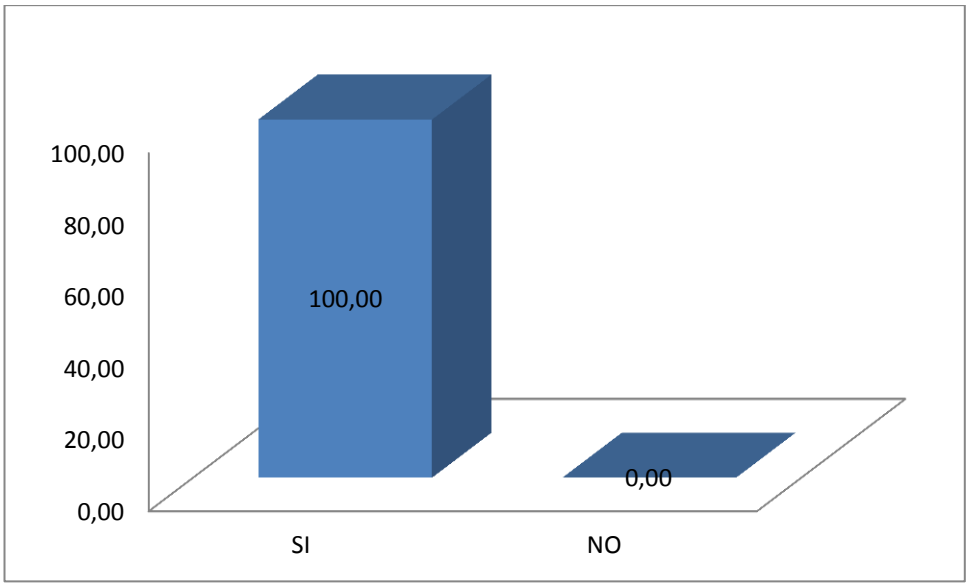
Cuadro N. 20 Relación de los créditos con la labor social.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	100
NO	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Gráfico N. 20 Relación de los créditos con la labor social.



Interpretación:

Al indagar sobre el vínculo entre los créditos y la labor social, se obtiene que la mayoría de encuestados dicen que si se dan dichas condiciones, pero una minoría dicen no lo son.

Estas respuestas hacen ver la falta de comunicación entre lo que hace la cooperativa y lo que conoce la comunidad, por tanto se sugiere plantear nuevas estrategias competitivas en la institución siendo socializadas en ella.

2.3. ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES

Entrevista al Gerente

1. ¿Qué estrategias propondría para brindar un mejor servicio social a la comunidad en donde opera la Cooperativa?

Respuesta

Se realiza la visita a todos los sectores de la comunidad para ofertar los productos que tiene la Cooperativa.

Interpretación

Al indagar sobre las estrategias propuestas para mejorar el servicio social a la comunidad, las respuestas están relacionadas con la oferta de visitas a los sectores productivos de la zona para realizar la promoción de sus productos; para lo cual se debe contar con nuevas promociones y un enfoque de cooperativismo apegado a las necesidades reales, que vale la pena recalcar no se cuenta en el reglamento institucional de función y operatividad de la cooperativa.

2. ¿En su desempeño dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., hace algún tipo de labor social en la comunidad?

Respuesta

Sí, atención Odontológica y Medicina General, Ginecología, Pediatría.

Interpretación

La respuesta dada por el Gerente de la Cooperativa, se relaciona con la oferta de servicios médicos entre algunas especialidades a los socios de la misma, y que se han detallado ya en la referencia institucional. Para mejorarla se debe proponer nuevas estrategias competitivas en la comunidad.

3. ¿Cree usted que se deben incrementar nuevas estrategias para el mejoramiento de la Cooperativa? ¿Cuáles?

Respuesta

Sí, la promoción.

Interpretación

Al referirnos al incremento de nuevas estrategias para el mejoramiento de la Cooperativa, la respuesta recibida se dirige al fortalecimiento de la promoción de servicios y beneficios que ofrece, es decir es necesario que se estructuren nuevos servicios que busquen la satisfacción de las necesidades de la comunidad y sus socios.

4. ¿Cuáles son los productos y servicios con que cuenta la cooperativa que se basan en la responsabilidad social de la comunidad?

Respuesta

El servicio Odontológico, Sala de Velaciones, Nichos.

Interpretación

Las respuestas encontradas en esta pregunta están literalmente apegadas a las que se cuentan en el reglamento interno de la cooperativa, pero no son las que conocen todos los socios encestaos.

5. ¿La cooperativa, cómo ha mejorado el nivel social y económico de las familias?

Respuesta.

Mediante el otorgamiento de créditos.

Interpretación

La parte financiera que es el fuerte de la institución crediticita, demuestra ser también el sistema de crecimiento y vinculación con la comunidad y social; dejando de lado la atención a sectores sociales a los que se puede atender como parte de estrategias competitivas.

6. ¿Se dan visitas a clientes e inversionistas para proponer nuevas estrategias de negocios a socios y otros que no lo son? ¿Por qué?

Respuesta.

Sí, porque de esa manera habrá mayor colaboración.

Interpretación

Ante esta pregunta, es preciso comparar con los datos recogidos con los socios encuetados, que en su mayoría dicen que no son visitados por asesores financieros. Como se pueden realizar varias conjeturas y pensar que no se cumplen a cabalidad con dichas estrategias, o es que no se cumplen a cabalidad con las disposiciones que se contemplan dentro de la institución en beneficios de los asociados y clientes potenciales de esta.

7. ¿La Cooperativa ha brindado educación y capacitación a sus asociados, para el desarrollo socio económico? Descríbalos por favor.

Respuesta.

Micro empresas medianas.

Interpretación

En relación a la promoción de educación y capacitación a los socios del sector productivo en la comunidad, se dice que se orientan a las micro empresas medianas; dicho sea de paso en la comunidad son relativamente pocas las medianas empresas, dejando de lado entonces las pequeñas microempresas, y sectores productivos independientes, que en nuestra comunidad son quienes mueven la economía del sector, necesitan de apoyo financiero, orientaciones sobre nuevas estrategias productivas y sobre todo de asociatividad entre productores para acceder a mejores beneficios.

8. ¿La Cooperativa promueve y asesora la asociación de organizaciones productivas en la comunidad? A partir de qué estrategias.

Respuesta.

No.

Interpretación

En referencia a la promoción y asesoría de organizaciones productivas, se ha recibido un rotundo no, es decir no se trabaja a nivel de cooperativa en la asociación de productores. Este aspecto debería ser fortalecido en la institución como una nueva

estrategia competitiva que justifique y promueva la responsabilidad social de la cooperativa con la comunidad en donde opera.

9. ¿Se resuelven con agilidad las quejas, sugerencias o necesidades de sus socios? Por medio de qué mecanismo.

Respuesta.

Sí, solo cuando son por escrito.

Interpretación

La resolución de problemas de los socios siguen los pasos pertinentes, lo que brinda un estado de satisfacción a los clientes y permite corregir deficiencias y errores en el sistema administrativo y funcional de la misma.

10. ¿Cree que los créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad? ¿Cómo?

Respuesta.

Sí, por medio de ella se ve el crecimiento del socio.

Interpretación

El entrevistado asume que es a través del otorgamiento de créditos que mejora y crece el nivel económico de los socios, esto seguramente según la naturaleza de función de la institución, sin embrago es preciso que se cumplan con requerimientos nacionales que exigen sea atendida además el crecimiento social de la misma como parte de su responsabilidad con el Estado y sus clientes.

2.4. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Planteamiento de la Hipótesis

Se ha definido la hipótesis bajo los siguientes lineamientos:

La aplicación de nuevas estrategias competitivas contribuyen en la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

De la cual se plantean la Ha y la $H_{o;}$ siendo entonces:

Ha: La aplicación de nuevas estrategias competitivas si contribuyen en la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Ho: La aplicación de nuevas estrategias competitivas no contribuye en la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Nivel de Significancia

Por ser un estudio de campo, se ha elegido para el presente trabajo, el 5 % de confiabilidad en los análisis realizados.

Chi Cuadrado (X^2).

Para realizar la comprobación de la hipótesis se utilizó el cálculo del Chi Cuadrado, a través de la siguiente fórmula:

$$X^2 = \frac{\sum(O-E)^2}{E}$$

Dónde:

(X^2): Chi Cuadrada.

$\sum$: Sumatoria.

O: Datos observados (Encuestas)

E: Datos esperados (Observación):

Para realizar el proceso de comprobación de la hipótesis, se utilizaron dos preguntas correspondientes a cada variable de estudio que constan en la encuesta a socios y empleados, mismas que se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla No. 21

PREGUNTAS	CATEGORÍAS				TOTAL
	Socios		Empleados		
	SI	NO	SI	NO	
3.- ¿Cree usted que se deben incrementar nuevas estrategias en la Cooperativa para brindar mejor servicio a sus socios?	194	161	11	1	**367**
10.- ¿Los tipos de créditos que otorga la Cooperativa, se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad?	215	140	12	0	**367**
TOTAL	**409**	**301**	**23**	**1**	**734**

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Autor: Juan Carlos Guapulema Silva.

Chi Cuadrado Calculado

FRECUENCIAS OBSERVADAS			
CATEGORÍA	**PREGUNTA 3**	**PREGUNTA 10**	**TOTAL**
SI	194	215	409
NO	161	140	301
TOTAL	355	355	710

FRECUENCIAS ESPERADAS			
CATEGORÍA	**PREGUNTA 3**	**PREGUNTA 10**	**TOTAL**
SI	204,5	204,5	409
NO	150,5	150,5	301
TOTAL	355	355	710

CÁLCULO MANUAL		
fo	**fe**	$X^2 = -\frac{\sum(O-E)^2}{E}$
194	204,5	0,539119804
215	204,5	0,539119804
161	150,5	0,73255814
140	150,5	0,73255814
710	710	2,543355888

CÁLCULO EXCEL	
Prueba Chi Inv	2,543355888

Grados de Libertad (Gl).

Dónde:

- Gl: Grado de Libertad.
- C: Columnas de la Tabla.
- F: Filas de la Tabla.

Calculo:

(Gl) = (F-1) (C-1)
(Gl) = (Filas -1) (Columnas -1)
(Gl) = (2-1) (2-1)
(Gl)(1) (1)
(Gl) = 1
Nivel de significación: 5% = 0.05

El valor tabulado de la prueba Chi Cuadrada (X^2t) con el grado de libertad y un nivel de significación del 5% (0.05) es de **3.841.**

Decisión:

Como el valor del Chi Cuadrado Calculado es menor al Chi Cuadrado Tabulado, se acepta la hipótesis planteada, es decir, La aplicación de nuevas estrategias competitivas contribuye en la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Para realizar el cálculo pertinente se utilizaron dos preguntas en las encuestas a los socios y empleados, de las cuales se obtuvo las frecuencias observadas y esperadas, sirviendo esto para llegar a la decisión final.

La hipótesis general plantea la aplicación de nuevas estrategias competitivas contribuye en la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., misma que se ha comprobado y presupone un mejoramiento social en la comunidad y en la cooperativa como parte de un nuevo proceso de atención a sus usuarios siendo competitivos y ofreciendo mejores servicios.

2.5. CONCLUSIONES

Como resultado de los datos obtenidos a través de las técnicas e instrumentos de investigación que constan en el capítulo anterior, se han delimitado las siguientes como conclusiones:

1. La labor social que cumple la cooperativa en la comunidad no está enfocada a cumplir con la responsabilidad social que se consideran solidarios con los problemas y dificultades de sus miembros y asociados.

2. La mayoría de socios y empleados concuerdan en que se deben incrementar nuevas políticas para el mejoramiento de la responsabilidad social que ejerce la cooperativa, esto presupone que “los beneficios y servicios sociales” con que cuentan los primeros no son suficientes y se sugiere ampliar su acción en la comunidad.

3. El mejoramiento de la economía de las familias es una característica que se presupone se debe seguir con los socios, esto da lugar a que se deben incrementar nuevas políticas de gestión interna que permitan competir con otras instituciones similares para ofrecer nuevos servicios.

4. De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye que los asesores de inversión de la cooperativa no realizan visitas a los socios en sus negocios o lugares de trabajo en donde puedan ofrecer orientaciones y asesoría sobre inversiones de capital.

2.6. RECOMENDACIONES

Para un mejor desempeño de la Cooperativa que contempla la responsabilidad social con la comunidad e donde se debe su desarrollo, y que han sido delimitadas en función de las conclusiones anteriores, se indican las siguientes recomendaciones:

1. Se deben incluir en el Reglamento Interno de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Pero Ltda.”, una sección en el Capítulo Primero con el objetivo de plantear un agregado en el cual se revise la situación de calamidad doméstica con agravantes por el que un socio que adquirido un crédito por ejemplo, se le pueda condonar la deuda, dicho esto, se propondrán ciertas condiciones que sea estudiado y certificada dicha catástrofe del socio.

2. En función de las nuevas estrategias que se recomiendan seguir, se deben tomar en cuenta la necesidad de fomentar la asociatividad de los miembros de la comunidad promoviendo un cambio de la matriz productiva y darle mayor valor agregado de los productos locales.

3. Se deben incrementar nuevos tipos de créditos, con promociones y estrategias que permitan el acceso a nuevos socios para satisfacer sus necesidades y así mejorar el nivel de vida y confort de sus asociados.

4. Se deben diseñar un manual de estrategias competitivas de los socios a través de novedoso planes de inversión y negocios para darle más beneficio a su dinero y negocio.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA

MANUAL DE ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA EL CUMPLIMIENTO CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "SAN PEDRO LTDA."

3.1. INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social de una cooperativa de ahorro y crédito, forma parte de su objetivo como organización en la economía social a través de la satisfacción de las necesidades de sus usuarios. Por lo tanto el gran desafío es mantener una relación ente el capital en función de la calidad de vida de los socios. Considerando que no solo debe los fines de lucro su origen, sino el beneficio de la comunidad.

"La Alianza Cooperativa Internacional, cuando menciona el término cooperativas se refiere a empresas de servicios con fines sociales, es decir, las cooperativas tienes este doble carácter ya que son organizaciones de personas que tiene una visión y misión social empresarial. Por lo tanto, la Responsabilidad Social Cooperativa está vinculada a gobernabilidad democrática con participación y compromiso, y a la construcción de ciudadanía" (Bartolomé, 2013).

Esta declaratoria obliga a que se cumplan principios cooperativos mediante acciones que propicien el desarrollo sostenible de las comunidades y así llegar a contribuir a mejorar la calidad de vida y dignidad de las personas que forman parte de su estructura en todos los sentidos.

Para que se llegue a cumplir con este parámetro en la función social de la institución, se cree pertinente trabajar bajo varios principios del buen vivir:

- **Sociedad Solidaria.-** Potenciar la cooperación, la solidaridad y la fraternidad, es fundamental en una sociedad que quiere recuperar el carácter público y social del individuo. Se trata de forjar ciudadanos y ciudadanas que reconozcan las necesidades y los intereses de los otros, que acepten la justicia y la ley, que respeten las instituciones, que legitimen el principio de la redistribución de la riqueza y que promuevan la igualdad social. Se busca erradicar el principio de desarrollo personal y egoísta, característico de una sociedad de libre mercado, bajo el principio de que las personas no solo tienen derecho a la vida, sino a una vida compatible con la dignidad que nos iguala como personas.

- **Sociedad corresponsable y propositiva.-** La corresponsabilidad es un atributo social para lograr un determinado fin o responder a una situación específica. Refleja una actitud propositiva y de compromiso comunitario para dar respuesta a situaciones importantes para la comunidad, pero también para frenar y erradicar situaciones que la lesionan. La corresponsabilidad es opuesta al individualismo y al silencio cómplice

- **Fortalecimiento de la sociedad.-** Potenciar la sociedad es promover el desarrollo de las libertades y de las capacidades reflexivas, críticas y cooperativas de cada individuo, de cada pueblo y de cada colectivo. Esa capacidad exige que la ciudadanía tenga influencia en la discusión sobre el uso, la asignación y la distribución de los recursos tangibles e intangibles del país. Exige, además, que todos estemos en condiciones de desarrollar nuestros talentos y facultades, de acuerdo con el proyecto de vida que va a procurarnos felicidad, dignidad, realización y plenitud (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013).

De las cuales se han considerado las siguientes como dimensiones de trabajo:

- La asociación equitativa, voluntaria y respeto a la identidad cultural.
- La cooperación e integración del sector económico popular y solidario.
- La educación, capacitación y comunicación.
- El compromiso social, solidario - comunitario y medio ambiental.

En estos principios se ha buscado empatar las estrategias competitivas que se proponen aplicar a un nuevo modelo de gestión de la cooperativa y que busca consolidar la labor social y la competitividad de la cooperativa como parte y fin de una comunidad productiva.

En la **Constitución de la República del Ecuador** a través de los siguientes artículos:

Art. 277.-Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

1. Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza.

2. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo.
3. Generar y ejecutar las políticas públicas, y controlar y sancionar su incumplimiento.
4. Producir bienes, crear y mantener infraestructura y proveer servicios públicos.
5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.
6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada **(Asamblea, Constituyente - Ecuador, 2008).**

3.2. JUSTIFICACIÓN

La responsabilidad social es hoy en día un compromiso que todos estamos obligados cumplirla, sin embargo en las instituciones públicas y/o privadas se exige que haya inversión en proyectos que acompañen al mejoramiento socio económico de las familias.

Para que este propósito se cumpla, es **importante** que se ejecuten acciones con los socios y demás miembros de la comunidad en donde la cooperativa opera para mejorar su nivel económico a través de estrategias competitivas que digan cómo ejecutar los proyectos de capacitación a través de asistencia financiera, legal, y organizacional.

Es de mucho **interés** para quienes están al frente de la institución crediticia ya que en ella se orienta cómo hacer labor social y obtener mejores y mayores beneficios para todos los involucrados.

Es **factible** porque la gerencia y el personal administrativo, han permitido realizar la investigación a nivel interno con absoluta trasparencia, para proponer un manual de estrategias competitivas que permitan cumplir con éxito la responsabilidad social en la comunidad.

Es **original** porque no se ha encontrado otro documento con información similar, siendo las ideas y criterios propios del autor.

Los **beneficiarios** son los socios y usuarios, las autoridades, empleados de la cooperativa y por supuesto demás miembros de la comunidad en donde se desarrolla, al encontrar en este documento una guía de estrategias competitivas que puede ser anexada en el reglamento interno de la misma para ofertarla como parte de sus servicios sociales y de crédito.

Es **pertinente** porque el nivel de conocimiento científico y técnico permite plantea este tipo de manual basado en un sustento teórico y la realidad de la comunidad.

3.3. OBJETIVOS

3.3.1. Objetivo General

Proponer un manual de estrategias competitivas para cumplir con la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San pedro Ltda., en la comunidad en donde opera.

3.3.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación socio económica de la comunidad en donde se desarrollan la cooperativa.

- Formular estrategias competitivas de la cooperativa para mejorar el nivel socio económico de la comunidad como parte de la responsabilidad social.

- Proponer un presupuesto para el desarrollo de las estrategias competitivas como parte de la responsabilidad social con la comunidad.

3.4. DESARROLLO

3.4.1. Manual de Estrategias Competitivas para el cumplimiento con la Responsabilidad Social

3.4.1.1. Manual

Se comprende como manual al documento que incluye en su contenido los principios o procedimientos para encausar una cosa o información en relación a un asunto específico.

Por otro lado cuando se han declarado los principios de una institución u organización generalmente se llaman principios guía y sirve para decirle o comunicar a los clientes y empleados dónde está ubicada y hacia dónde quiere llegar la institución, empresa o como en esta caso la cooperativa (Aristos, 2010).

3.4.1.2. Principios

Son la expresión de las creencias esenciales de una institución para la identificación de sus usuarios, al igual que los empleaos prioricen el cumplimiento de los objetivos institucionales.

3.4.1.3. Generalidades

Etapa I: Análisis de la situación socio económica de la comunidad.

Etapa II: Plan de Capacitación Comunitario.

Etapa III: Aplicación de las estrategias propuestas.

Etapa IV: Evaluación de resultados.

3.5. DESARROLLO POR ETAPAS

ETAPA I

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN SOCIO ECONÓMICA DE LA COMUNIDAD.

1. Objetivo

Diagnosticar cuáles son las características sociales y fuentes de ingreso económico de la comunidad para aplicar posteriormente las estrategias competitivas necesarias.

2. Proceso:

Para realizar el diagnóstico situacional de los factores social y económico se plantea el siguiente proceso subdividido en dos áreas: el área social y el área económica.

3. Área Social

Para conocer las características sociales en la que viven los socios de la cooperativa y comunidad en general, identificando además sus necesidades, se recomiendan ejecutar las siguientes acciones vinculadas a la comunidad:

- Identificar juntas de vecinos, clubs, asociaciones y organizaciones que existen en ella.
- Reunirse con los grupos identificados para conocer sus necesidades, en base a los siguientes aspectos:

  - ✓ Nivel de organización jurídica o natural.
  - ✓ Objetivos y planes de trabajo de los grupos y/o asociaciones.
  - ✓ Capacitación sobre temas de asociatividad, producción y formación de microempresas.

- Recolección de información en la sesión de trabajo con ellos.

- Diseño de un plan de estrategias competitivas como respuesta a lo identificado en el diagnóstico.

4. Área Económica

Para conocer la situación económica que tienen los socios de la cooperativa y cuáles son sus aspiraciones, se recomiendan ejecutar las siguientes acciones vinculadas a la comunidad:

- Recolección de información sobre el tipo de microempresas o proyectos productivos que existen en la comunidad.
- Tiempo de asociatividad y su permanencia en el mercado.
- Informe del balance económico de las asociaciones, organizaciones y demás grupos que tienen actividad económica, a través de proceso contables sin perjuicio de demandas y demás acciones legales que conlleva las auditorías internas.
- Necesidades de conocimientos básicos en las áreas de economía y administración de recursos.

ETAPA II

Plan de Capacitación Comunitario

La ejecución de este plan, requiere de procesaos de organización y capacitación a la comunidad para mejorar la economía de sus miembros a través de la orientación de dichos grupos hacia la formación de microempresas renovando la matriz productiva.

Las características socio económicas de la comunidad son fundamentalmente agrícolas, ganaderas, comercio de productos de primera necesidad. En estos últimos tiempos se registra que sus miembros. Por otro lado, se deben destacar las precarias condiciones de la mujer rural, la cual se caracteriza por condiciones de vida con muestras claras de insalubridad, discriminación social, económica y cultural y escasas condiciones para desarrollar su papel participativo y promotor del bienestar de la familia y la comunidad.

El programa que se propone tiende a enfrentar y apoyarlos en la superación de las debilidades agrícolas, a la poca asociatividad y formas de trabajo comunitario para dinamizar el movimiento del mercado local.

1. Objetivos

- Identificar el grupo objetivo y familias beneficiarias de la capacitación y beneficios de la asistencia financiera por parte de la cooperativa.
- Generar espacios de capacitación y formación a los miembros de la comunidad con la finalidad de adquirir un enfoque socio – productivo a través de la apropiación del conocimiento.

- Consolidar procesos de crédito financiero por parte de la institución patrocinadora a partir del establecimiento de créditos asociativos y con fines productivos.

- Acompañar a los miembros de la comunidad en la organización y demás procesos de formación y legalización.

2. Temario

En base a los aspectos anteriores y las necesidades identificadas en la comunidad en las dos áreas de estudio se plantea el siguiente programa de actividades:

- Programa de Capacitación en los siguientes temas:
  - ✓ Asociatividad.
  - ✓ Formación de microempresas.
  - ✓ Acceso a créditos asociativos.
- Asesoría legal y contable para la formación de microempresas.
- Acceso a créditos corporativos y/o asociativos.

3. Estrategias

Para ejecutar el plan, se proponen los siguientes lineamientos:

1) Acciones previas de diagnóstico de la situación social y económica de la comunidad.

2) Definición de los grupos objetivos y familias beneficiarias de la capacitación y beneficios de la asistencia financiera por parte de la cooperativa.

3) Desarrollo del marco teórico – conceptual que se apegue a los intereses de la comunidad, considerando para el efecto las características socio culturales, nivel de educación de los beneficiarios y fines u objetivos de la capacitación.

4) Diseñar los instrumentos de apoyo teórico y técnico para la multiplicación de capacitación, asistencia técnica, asesoría financiera y crediticia.

5) Aplicación de una metodología adaptada a la realidad local para llegar con facilidad, de forma directa y concreta los contenidos programados.

6) Seguimiento a los procesos consecuentes a la capacitación brindando asesoría legal y financiera a quienes lo requieran.

7) Orientación y apoyo en la adquisición de un **crédito asociativo** u otros que se requieran para mejorar la condición económica de los miembros de la comunidad.

8) Evaluación de los procesos de capacitación, asesoría y acompañamiento a las estrategias y actividades propuestas.

4. Periodo de Ejecución

El plan de capacitación comunitario está planificado para un período de un año en el cual se programen minuciosamente las estrategias planteadas.

ETAPA III

CRÉDITOS ASOCIATIVOS.

El crédito asociativo es aquél que se concede a cualquier asociación constituida por pequeños agricultores, ganaderos, industriales, artesanos o trabajadores rurales. Con la finalidad de apoyarlos económicamente y el adelanto de las actividades productivas u obras que contribuyan al desarrollo de la comunidad o agrupación.

1. Finalidad

Este instrumento de financiamiento para actividades productivas beneficia a organizaciones legalmente conformadas, que persigue:

- Promover la capacitación técnica y económica de microempresarios, organizaciones y asociaciones.
- Promover el aprovisionamiento en forma colectiva de los miembros del agregado de productos en gran volumen para beneficiarse de descuentos, transporte, garantía, asesoramiento técnico, etc.
- Permitir ejecutar proyectos que por su magnitud de inversión no se pueden realizar en forma individual.
- Aprovechar de los beneficios que da la tierra, agua, capital trabajo, etc., mediante la explotación colectiva e incremento de la matriz productiva.

2. Inversiones

Las actividades financieras que se sugieren cumplir con este tipo de créditos están:

- **Plantaciones y mantenimiento**.- de los costos de establecimiento y sostenimiento durante los años productivos de especies vegetales de mediano y tardío rendimiento. Entre estas actividades están preparación del suelo, adquisición de semillas o material vegetal, siembra, fertilización, asistencia técnica, control de malezas y fitosanitario, suministro de riego y su evacuación,

infraestructura vial, infraestructura de soporte, cultivos de cobertura o sombrío, su sostenimiento en el período improductivo y arrendamiento de tierra cuando se pague directamente al propietario.

- **Compra de animales y retención de vientres**.- Costos de adquisición de animales machos y/o hembras, de origen nacional o importados, puros o comerciales, requeridos en los procesos de reproducción. Igualmente es financiable la retención de vientres (hembras mayores de 12 meses), en ganadería bovina. En el caso de animales puros se deberá contar con el registro de la respectiva asociación de criadores.

- **Adquisición de maquinaria y equipo, y reparación de maquinaria**.- Adquisición de maquinaria y equipos, nuevos o usados, requeridos en los procesos de producción, recolección y beneficio a nivel de la unidad productiva de actividades agropecuarias, acuícolas y de pesca; así como su reparación.

- **Adecuación de tierras**.- Costos de inversión en actividades cuya finalidad sea mejorar las condiciones de producción de bienes agropecuarios, a través del acondicionamiento del estado físico y químico de los suelos, la dotación de sistemas de regadío, drenaje y control de inundaciones, y adecuación para el manejo del recurso hídrico.

- **Infraestructura para la producción agropecuaria, acuícola y de pesca**.- Costos de inversión para la dotación de infraestructura de producción como galpones, porquerizas, corrales, establos, apriscos, bodegas, invernaderos o salones para producción a temperaturas controladas, campamentos de trabajadores, entre otros.

- **Infraestructura y equipos para transformación primaria y comercialización**.- Costos de inversión en infraestructura y dotación de maquinaria y equipos (nuevos o usados) para el almacenamiento, transformación primaria, conservación y comercialización de bienes agropecuarios, acuícolas y de pesca, de origen nacional.

- **Infraestructura de servicios de apoyo a la producción**.- Costos de inversión en infraestructura y dotación de maquinaria y equipos requeridos (nuevos o usados) en proyectos destinados a la prestación de servicios de apoyo a la producción agropecuaria, acuícola y pesca, y la producción y comercialización de insumos y de bienes de capital para estas.

- **Tierras,** vivienda rural, capitalización y creación de empresas, e investigación.

- **Compra de tierras**.- Costos de inversión en la compra de tierras para uso en la producción de bienes agropecuarios y acuícolas. En el seguimiento a estos créditos, los intermediarios financieros, en los 120 días siguientes a la contabilización del crédito, deberán exigir a los beneficiarios la presentación de la escritura del predio objeto de financiación y un certificado de libertad y tradición reciente, en el cual se consigne tal hecho.

- **Vivienda rural.**- Costos de inversión para construcción y mejora de vivienda, localizada en predios vinculados a procesos de producción agropecuaria y acuícola.

- **Capitalización, compra y creación de empresas.**- crédito solicitado directamente por personas naturales o jurídicas, para la constitución o incremento del capital social de personas (FINAGRO, 2009).

3. Beneficios y Servicios Sociales a través de la Cooperativa "San Pedro Ltda."

Para ello se recomienda anexar al Reglamento Interno de la Cooperativa, al Título Quinto de los Beneficiarios y Servicios Sociales. Capítulo Primero, Sección Primera del financiamiento del Fondo Mortuorio, seguro de vida y atención médica – Odontológica, la siguiente reforma:

"**Art. 77.-** El aporte de los socios será debitado de sus cuentas en el mes de enero de cada año, o al momento de apertura de cuenta de mayores y menores de edad solo

una vez por año, incluidas las personas jurídicas, asociaciones de hecho, destinado para los dos últimos grupos para capacitación y asesorías financieras que se detallan en el Art. 98, del Capítulo Cuarto.- De los Servicios Adicionales a los Socios."

Así entonces:

Art. 98.- La Cooperativa constará con los siguientes servicios y beneficios a los socios:

a) Seguro de desgravamen, Seguro de vida.
b) Ahorro y crédito.
c) Cobro de Plantillas de servicios básicos.
d) Pago del Bono de Desarrollo Humano.
e) Créditos de Consumo, Vivienda, Microcrédito **y Asociativo**.
f) Cobro del SOAT.
g) Cobro de la matrícula del vehículo – traspaso de dominio.
h) Cobro de impuestos del SRI.
i) Ahorro programado.
j) Ahorro menores de Edad; y
k) Otros.

4. Requisitos

Es preciso además que se determine a nivel estratégico que en las políticas de Crédito de la Cooperativa se incluyan los siguientes:

- Se entregarán el crédito asociativo a las organizaciones legalmente establecidas, sin registros de morosidad y con crédito activo.
- El capital de trabajo vinculado con el grupo asociativo excluye gastos no operativos que se encuentren realizando la misma actividad productiva para proyectos de ampliación.
- Será gestionado por el representante o persona jurídica de la organización.
- El monto será de US$ 5001 hasta US$ 20.000.
- El plazo es de 2 hasta 5 años.

- La tasa de interés de Financiamiento Estratégico definido a la fecha de desembolso de la operación. Es reajustable y la cooperativa se reservará este derecho.
- Las Garantías serán quirografarias solidarias entre los miembros del grupo asociado en todos los casos del crédito asociativo.

El desarrollo de los socios en forma individual o asociados, beneficiará la productividad de las mismas, permitiendo que se operen en su comunidad con más oportunidades de beneficiarse de grandes proyectos, que, de forma individual jamás lo podrían ser.

ETAPA IV

CONTROL - EVALUACIÓN.

El seguimiento para que este manual se ponga en marcha lleva consigo la constatación de los indicadores de evaluación que permitirán conocer en qué etapa del proyecto está, cuáles han sido los inconvenientes, las estrategias que se deben mejorar, o eliminar de ser el caso, y las que deben continuar. Estos aspectos en resumen se condensan en las recomendaciones para la viabilidad y sustentabilidad del manual como parte de la solución al problema investigado.

Para que se lleven a cabo con normalidad los procesos de capacitación, acreditación de préstamos y otros, es preciso que se consideren las siguientes recomendaciones:

- El Departamento de Gerencia deberá organizar, supervisar y evaluar los avances del mismo en función de los logros alcanzados para cada etapa.

- Se realizarán reuniones periódicas con la finalidad de establecer estrategias competitivas, fundamentos sociales de las mismas e intereses de la comunidad a la cual se pretende atender.

- La remisión de informes oportunos es necesario para dar seguimiento a los lineamientos que regirán cada estrategia.

- Los objetivos planteados deberán ser modificados de acuerdo a los intereses de cada grupo atendido, esto quiere decir que si no es de interés común u tipo de capacitación, esta debe ser reestructurada como respuesta.

- Los responsables serán los funcionarios según su jerarquía según los indicadores de logro alcanzados en relación con los propuestos.

- En caso de existir la necesidad de fortalecer, re estructurar o mejorar un componente de la propuesta es menester de las autoridades proceder con los

cambios necesarios, siempre que estos estén dentro de los lineamientos que se proponen como objetivos de las estrategias.

Fuentes de verificación:

- Número de créditos asociativos entregados en la comunidad.
- Consecución de talleres de capacitación.

3.6. PLAN OPERATIVO

PLAN OPERATIVO DEL MANUAL DE OPERACIONES CONTABLES Y FINANCIERAS				
OBJETIVO: Capacitar al personal sobre las etapas básicas sobre la aplicación del manual de operaciones contables y financieras.				
ESTRATEGIAS	**ACTIVIDADES**	**RESPONSABLES**	**RESULTADOS ESPERADOS**	**RECURSOS**
Análisis de la situación socio económica de la comunidad.	Identificar juntas de vecinos, clubs, asociaciones y organizaciones que existen en ella.	Asesor de Créditos	La identificación de clubs, asociaciones, pequeñas y medianas microempresas.	Talento Humano
	Reunirse con los grupos identificados para conocer sus necesidades.	Asesor de Créditos	Identificación de necesidades en relación a temas de capacitación y acceso a procesos productivos y de inversión.	Talento Humano
	Recolección de información en la sesión de trabajo.	Secretaria Asesor de Créditos	Concurrencia a la reunión de trabajo y entrega de información.	Talento Humano
	Diseño de un plan de estrategias competitivas	Gerente Asesor Contable	Planificación de estrategias competitivas como respuesta al	Talento Humano

	como respuesta a lo identificado en el diagnóstico.	Asesor de Créditos	diagnóstico.	
Definición de estrategias competitivas.	Planificación del temario de capacitación en: asociatividad, formación de microempresas y acceso a créditos asociativos.	Gerente Asesor Contable Asesor de Créditos	Propuesta del temario para capacitación a los grupos productivos.	Talento Humano
	Asesoría legal y contable a microempresas y otras similares.	Asesor Contable Asesor de Créditos	Grupos productivos asesorados en temas legales base para la asociatividad y acceso a otros beneficios.	Talento Humano
Aplicación de las estrategias propuestas.	Fase de modificación y aprobación al Reglamento Interno de la Cooperativa.	Gerente. Miembros del Directorio.	Reglamento Modificado en beneficio de la aprobación de Créditos Asociativos.	Talento Humano
	Promoción del nuevo tipo de crédito.		Promoción y en la comunidad del nuevo tipo de crédito.	Talento Humano
	Estudio por los asesores para la aprobación y	Asesor de Créditos	Solicitudes, carpetas y demás requisitos para la aprobación de	Talento Humano

	entrega de este tipo de créditos.		créditos asociativos.	
Evaluación de resultados.	Organización, supervisión y evaluación de avances de la propuesta.	Gerente Asesor de Créditos	Seguimiento al cumplimiento de los avances de la propuesta.	Talento Humano
	Planificación de reuniones periódicas con la finalidad de establecer nuevas estrategias competitivas	Gerente Asesor de Créditos	Propuesta de nuevas estrategias competitivas con respuesta a la inversión social.	Talento Humano
	Entrega de informes sobre alcances del proyecto.	Asesor de Créditos	Óptimos resultados en la ejecución de la propuesta.	Talento Humano
	Re estructuración de la propuesta metodológica de trabajo.	Gerente Asesor Contable Asesor de Créditos	Mejoramiento de la propuesta metodológica de trabajo.	Talento Humano

3.7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
Tiempo / Actividad	**Tiempo de aplicación**											
	2015								**2016**			
	May	**Jun**	**Jul**	**Ago**	**Sep**	**Oct**	**Nov**	**Dic**	**Ene**	**Feb**	**Mar**	**Abr**
Acciones previas de diagnóstico de la situación social y económica de la comunidad.												
Definición de los grupos objetivos y familias beneficiarias de la capacitación y beneficios de la asistencia financiera por parte de la cooperativa.												
Desarrollo del marco teórico – conceptual que se apegue a los intereses de la comunidad, considerando para el efecto las características socio culturales, nivel de educación de los beneficiarios y fines u objetivos de la capacitación.												
Diseñar los instrumentos de apoyo teórico y técnico para la multiplicación de capacitación, asistencia técnica, asesoría financiera y crediticia.												
Aplicación de una metodología adaptada a la realidad local para												

llegar con facilidad, de forma directa y concreta los contenidos programados.												
Seguimiento a los procesos consecuentes a la capacitación brindando asesoría legal y financiera a quienes lo requieran.												
Orientación y apoyo en la adquisición de un crédito asociativo u otros que se requieran para mejorar la condición económica de los miembros de la comunidad.												
Evaluación de resultados.												

3.8. PRESUPUESTO PARA LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

PRESUPUESTO				
N°	**DETALLE**	**CANTIDAD**	**P. UNITARIO**	**V. TOTAL**
1	Impresiones	30	0,10	3,00
2	Anillados	2	1,00	2,00
3	Lápices	5	1.10	5,50
4	Borradores	3	0.25	0,75
5	Computadora (internet - horas)	20	0,80	16,00
6	Flash Memory	2	12,00	24,00
7	Infocus -alquiler	3	15,00	45,00
	Papel bond	7	5	35
	Tinta impresora	5	30	150
	Empastados	6	15	90
	Movilización	10	10	100
	Copias	500	0.02	10
	Subtotal			593,00
	Imprevistos 10 %			59,30
	TOTAL			**652,30**

Elaborado por: Juan Carlos Guapulema

3.9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La propuesta de incrementar un tipo de estrategia competitiva con otras instituciones similares, constituyó una alternativa excelente de aplicación, ya que en su contenido se encuentran diseñadas las orientaciones metodológicas a seguir para lograr los fines definidos.

- El tipo de crédito asociativo aunque muy difícil de entregar por el riesgo del capital, es una forma de apoyar a agrupaciones con fines productivos, a la que pueden acceder siempre y cuando se cumplan con los requisitos que exige la cooperativa y luego de una análisis financiero - productivo.

- Por otro lado la capacitación y orientaciones a nivel asociativo, productivo y contable que se recomienda dar a los grupos asociados y micro empresas constituye en una estrategia social con la comunidad como un deber social.

Recomendaciones

- Validar el aporte que hace la cooperativa con los socios en base a sus necesidades económicas y de asesoría productiva, no solo como propósitos institucionales.

- Para promocionar nuevos tipos de créditos debe re estructurarse el reglamento interno de la Cooperativa siempre que esta se proponga cumplir con metas y objetivos sociales sin que implique pérdidas a la institución.

- Presentar a la comunidad la propuesta en base a estrategias efectivas de comunicación para ofrecerle servicios de capacitación y educación sobre todo para satisfacer las necesidades de asociación y producción.

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, N. (2005). *La Contabilidad Social.* San José de Costa Rica: Ediciones Net Yu.

Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científia.* Carcas - Venezuela: Editorial Epíteme.

Aristos. (2010). *Diccionario General.* Buenos Aires - Argentina: Editorial Océano.

Asamblea, Constituyente - Ecuador. (2008). *CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR.* Montecristi - Ecuador: Editroiales del Ministerio de Educación.

Bartolomé, J. (2013). *II Jornada de Supervisión de la Economía Popular y Solidaria.* Quito - Ecuador: Ediciones SEPS.

Berenson, L. (2000). *Estadística Elemental.* Madrid - España: Editorial Prentice Hall.

COOP. (20 de Agosto de 2009). *Cooperativas de las Américas.* Obtenido de Responsabilidad Social Cooperativa: http://www.aciamericas.coop/Responsabilidad-social-cooperativa-220

Cooperativa San Pedro Ltda. (2014). *Reglamento Interno.* Guanujo - Bolívar: s/e.

Cracogna, D. (2008). El Balance Social en la Empresa. *Revista de Administración de Empresas*(120), 13.

FINAGRO. (Marzo de 2009). *Manual de Servicios.* Obtenido de http://www.fenalce.org/archivos/FINAGRO.pdf

Gibson, I., & Donnelly, K. (2006). *Organizaciones: comportamiento, estructura, procesos.* México: Editorial MC Graw Hill.

J., L., & Array, G. (2000). *Principios de Administración Financiera.* México: Ediciones Shaó.

Juan, A., & Japa, T. (10 de Febrero de 2008). *Cooperativismo y Responsabilidad Social.* Obtenido de http://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/Cooperativismo_y_Responsabilidad_Social._PONENCIA_FINAL.pdf

LOEPS. (2008). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sector financiero Popular y Solidario.

LOEPS. (2014). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.* Quito - Ecuador: Dirección Nacional de Normas.

Ltda., C. d. (2014). *Informe del Consejo de Administración - Segundo Semestre: periodo 1 de julio a 31 Diciembre del 2014.* Guanujo - Ecuador: s/e.

Manson, M. (Octubre de 2010). *Monografías.com.* Obtenido de Evolución de la informática en el desarrollo social: http://www.monografias.com/trabajos 19/ áreas de actualidad.shtml

Masin, J., & Lind, R. (2002). *Estadística para Administración y Economía.* Madrid - España: Editorial Alfaomega.

Mendez, C. (2005). *Responabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela durante el Siglo XX.* Caracas - Venexuela: Strategos Consultores. Edición Ilustrada.

Mugarra, E. (2013). *Planteamiento de modelo de balance cooperativ.* Bilbao - España: Deustó ediciones.

Mujica, M. (2004). Alianza Estratégicas. *Revista Estudios Gerenciales y de las Organizaciones.*

Mujica, M. (2004). Balence Social. *Revista Estudios Genrenciales y de la Organizaciones.*

Plan Nacional del Buen Vivir. (11 de Septiembre de 2013). Obtenido de Tomo I Registro Oficial Suplemento 78 : http://www.ministeriointerior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/PLAN_NACIONAL-PARA-EL-BUEN-VIVIR-2009_2013.pdf.

Puteman, P. (2005). *Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica hacia un desarrollo sustentable.* Santiago de Chile - Chile: Escritores Asociados.

Puterman, P. (2005). *Una propuesta de responsabilidad social empresarial, Teorías y Experiencias.* Santiago de Chile - Chile: Educación para todos.

Thomson, E., & Camacho, R. (2009). *Estadístoca para asministración e economía.* México D.F.: Editores Thomson.

Yépez, G., Peña, W., & Sánchez, L. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial.* Buenos Aires - Argentina: Editorial Peña.

ANEXOS

Anexo N. 1 Modelo de encuesta aplicado a socios.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA APLICADA A SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN PEDRO LTDA.

Objetivo: Indagar sobre el cumplimiento de estrategias competitivas en base a la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y responda en base a su criterio y lo vivido en la Institución crediticia.

Cuestionario:

1. ¿Ha sabido si la Cooperativa, ha ofrecido apoyo social a sus asociados en situaciones de emergencia, condonando la deuda de un crédito?

SI	
NO	

2. ¿El tipo de créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad?

SI	
NO	

3. ¿Cree usted que se deben incrementar nuevas políticas para el mejoramiento de la Cooperativa?

SI	
NO	

4. ¿Cree usted que los productos y servicios sociales han sido creados de acuerdo a sus necesidades?

SI	

NO	

5. ¿La cooperativa ha mejorado el nivel social y económico de su familia?

SI	
NO	

6. ¿Si tiene un negocio o microempresa, ha sido asistido por un asesor de inversión en su lugar de trabajo?

SI	
NO	

7. ¿La Cooperativa ha brindado educación y capacitación a sus asociados, para el desarrollo social?

SI	
NO	

8. ¿Ha participado de algún seminario que promueve la asociación de organizaciones productivas en la comunidad?

SI	
NO	

9. ¿Los Directivos de la Cooperativa resuelven con agilidad las quejas, sugerencias o necesidades de sus socios?

SI	
NO	

10. ¿El tipo de créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad?

SI	
NO	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N. 2 Modelo de encuesta aplicado a Técnicos y operativos.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA APLICADA A TÉCNICOS Y OPERATIVOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN PEDRO LTDA.

Objetivo: Indagar sobre el cumplimiento de estrategias competitivas en base a la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.
Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y responda en base a su criterio y lo vivido en la Institución crediticia.
Cuestionario:

1. ¿La Cooperativa da apoyo social a sus asociados en situaciones de emergencia, condonando la deuda de un crédito?

SI	
NO	

2. ¿En su desempeño dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., hace algún tipo de labor social en la comunidad?

SI	
NO	

3. ¿Cree usted que se deben incrementar nuevas estrategias para el mejoramiento de la Cooperativa?

SI	
NO	

4. ¿Existen productos y servicios en la cooperativa creados en base a la responsabilidad social de la comunidad?

SI	
NO	

5. ¿La cooperativa ha mejorado el nivel social y económico de las familia?

SI	
NO	

6. ¿Se dan visitas a clientes e inversionistas para proponer nuevas estrategias de negocios a socios y otros que no lo son?

SI	
NO	

7. ¿La Cooperativa ha brindado educación y capacitación a sus asociados, para el desarrollo socio económico?

SI	
NO	

8. ¿La Cooperativa promueve y asesora la asociación de organizaciones productivas en la comunidad?

SI	
NO	

9. ¿Se resuelven con agilidad las quejas, sugerencias o necesidades de sus socios?

SI	
NO	

10. ¿Los créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad?

SI	
NO	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N. 3 Modelo de entrevista aplicada al Gerente.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ENTREVISTA A LOS DIRECTIVOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "SAN PEDRO LTDA."

Objetivo: Indagar sobre el cumplimiento de estrategias competitivas en base a la responsabilidad social de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y responda en base a su criterio y lo vivido en la Institución crediticia.

Cuestionario:

1. ¿Qué estrategias propondría para brindar un mejor servicio social a la comunidad en donde opera la Cooperativa?

2. ¿En su desempeño dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., hace algún tipo de labor social en la comunidad?

3. ¿Cree usted que se deben incrementar nuevas estrategias para el mejoramiento de la Cooperativa? ¿Cuáles?

4. ¿Cuáles son los productos y servicios con que cuenta la cooperativa que se basan en la responsabilidad social de la comunidad?

5. ¿La cooperativa, cómo ha mejorado el nivel social y económico de las familias?

6. ¿Se dan visitas a clientes e inversionistas para proponer nuevas estrategias de negocios a socios y otros que no lo son? ¿Por qué?

7. ¿La Cooperativa ha brindado educación y capacitación a sus asociados, para el desarrollo socio económico? Descríbalos por favor.

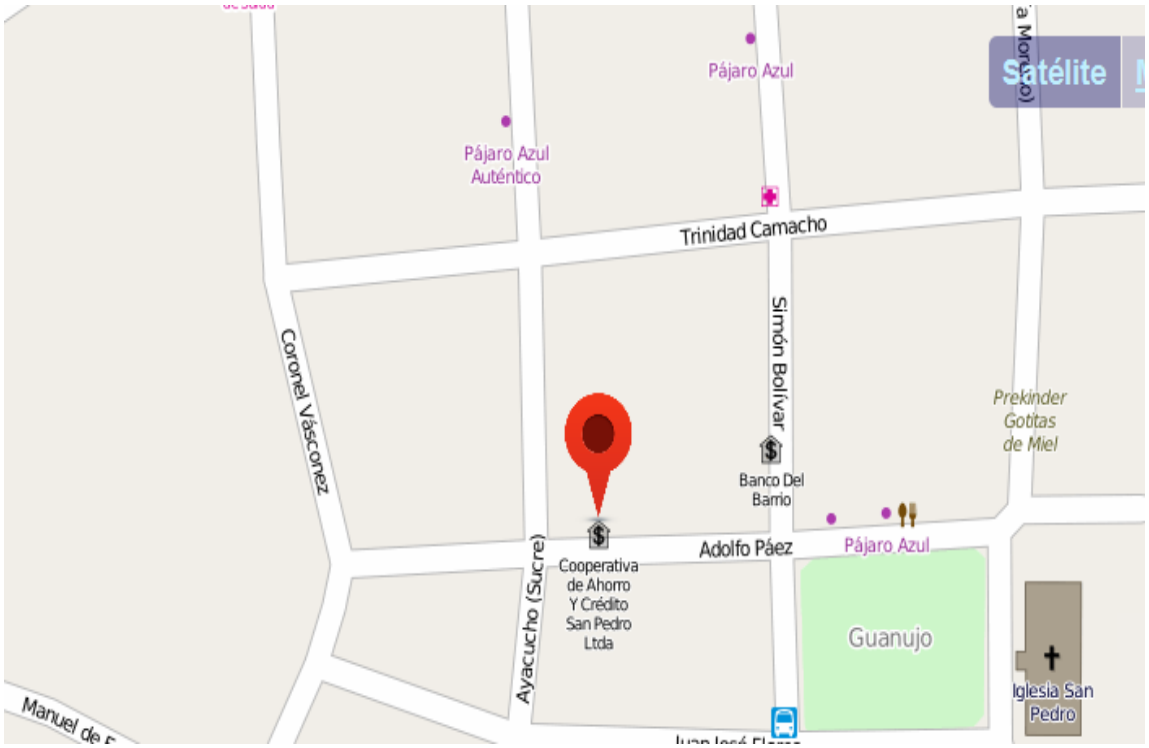
8. ¿La Cooperativa promueve y asesora la asociación de organizaciones productivas en la comunidad? A partir de qué estrategias.

9. ¿Se resuelven con agilidad las quejas, sugerencias o necesidades de sus socios? Por medio de qué mecanismo.

10. ¿Cree que los créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda., se vincula de alguna manera con la labor social en la comunidad? ¿Cómo?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N. 4 Croquis y Ubicación Geografica de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.





Ubicación: Guanujo Centro calles Adolfo Páez s/n Ayacucho.

Anexo N. 5 El investigador entregando la propuesta al Gerente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.





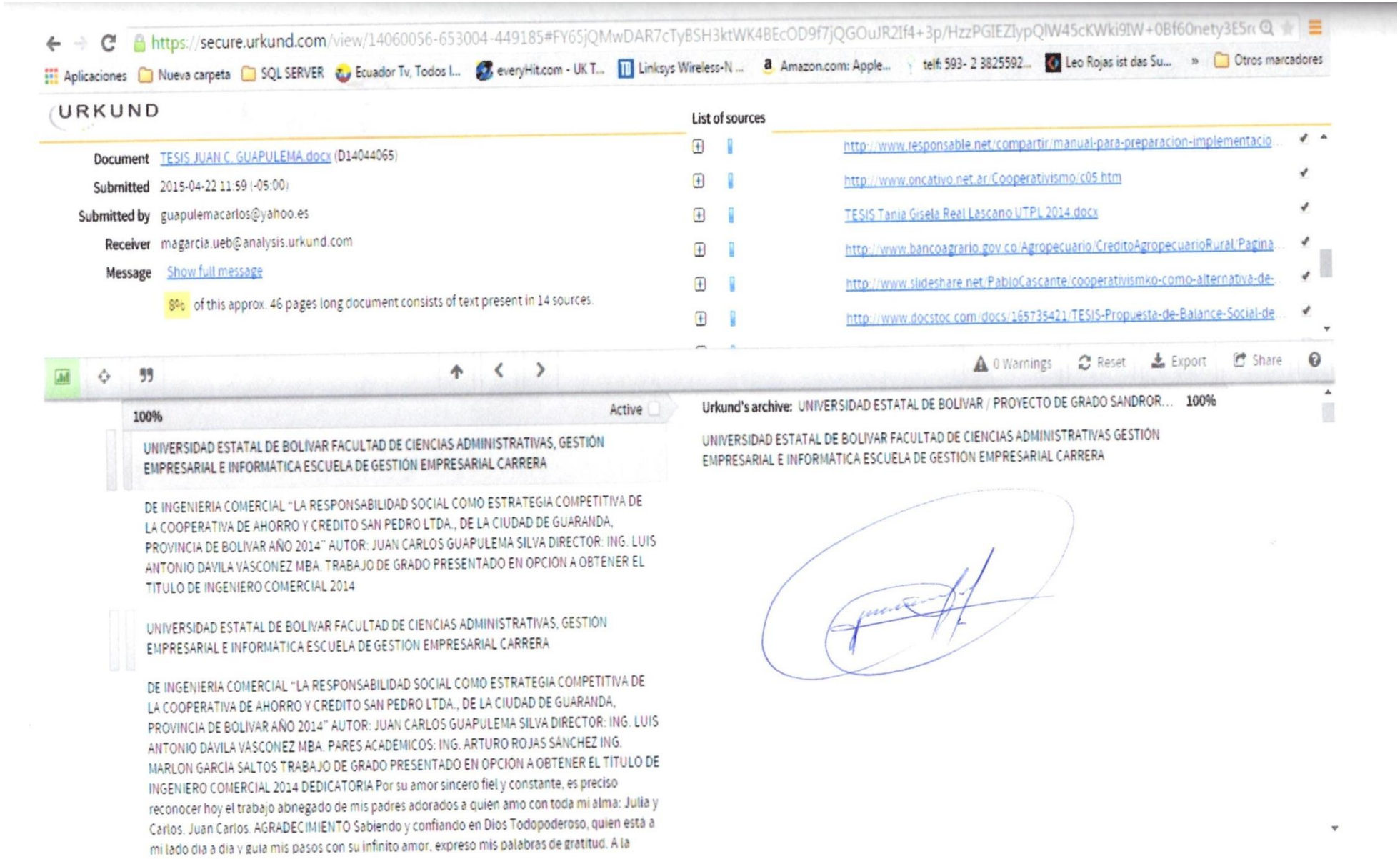
Anexo N. 6 El investigador realizando la encuesta a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.



Anexo N. 7 Evidencias de la entrega de la propuesta al Gerente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro Ltda.






https://secure.urkund.com/view/14060056-653004-449185#FY65jQMwDAR7cTyBSH3ktWK4BEcOD9f7jQGOuJR2If4+3p/HzzPGIEZIypQlW45cKWki9IW+0Bf60nety3E5r
Aplicaciones
Nueva carpeta
SQL SERVER
Ecuador Tv, Todos l...
everyHit.com - UK T...
Linksys Wireless-N ...
Amazon.com: Apple...
telf: 593- 2 3825592...
Leo Rojas ist das Su...
Otros marcadores
URKUND
Document TESIS JUAN C. GUAPULEMA.docx (D14044065)
Submitted 2015-04-22 11:59 (-05:00)
Submitted by guapulemacarlos@yahoo.es
Receiver magarcia.ueb@analysis.urkund.com
Message Show full message
8% of this approx. 46 pages long document consists of text present in 14 sources.
List of sources
http://www.responsable.net/compartir/manual-para-preparacion-implementacio...
http://www.oncativo.net.ar/Cooperativismo/c05.htm
TESIS Tania Gisela Real Lascano UTPL 2014.docx
http://www.bancoagrario.gov.co/Agropecuario/CreditoAgropecuarioRural/Pagina...
http://www.slideshare.net/PabloCascante/cooperativismko-como-alternativa-de-...
http://www.docstoc.com/docs/165735421/TESIS-Propuesta-de-Balance-Social-de...
0 Warnings
Reset
Export
Share
100%
Active
Urkund's archive: UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR / PROYECTO DE GRADO SANDROR... 100%
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL CARRERA
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL CARRERA
DE INGENIERIA COMERCIAL "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN PEDRO LTDA., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLIVAR AÑO 2014" AUTOR: JUAN CARLOS GUAPULEMA SILVA DIRECTOR: ING. LUIS ANTONIO DAVILA VASCONEZ MBA. TRABAJO DE GRADO PRESENTADO EN OPCIÓN A OBTENER EL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL 2014
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL CARRERA
DE INGENIERIA COMERCIAL "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN PEDRO LTDA., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLIVAR AÑO 2014" AUTOR: JUAN CARLOS GUAPULEMA SILVA DIRECTOR: ING. LUIS ANTONIO DAVILA VASCONEZ MBA. PARES ACADEMICOS: ING. ARTURO ROJAS SANCHEZ ING. MARLON GARCIA SALTOS TRABAJO DE GRADO PRESENTADO EN OPCIÓN A OBTENER EL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL 2014 DEDICATORIA Por su amor sincero fiel y constante, es preciso reconocer hoy el trabajo abnegado de mis padres adorados a quien amo con toda mi alma: Julia y Carlos. Juan Carlos. AGRADECIMIENTO Sabiendo y confiando en Dios Todopoderoso, quien está a mi lado día a día y guía mis pasos con su infinito amor, expreso mis palabras de gratitud. A la