



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS.

Diagnóstico de responsabilidad social en la COAC Fondo para el Desarrollo y la Vida “Fodvida” Ltda., desde la perspectiva de sus clientes, empleados, directivos y sociedad, 2014.

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTORA: Congo Torres, Erika Gabriela

DIRECTORA: Salas Tenesaca, Eulalia Elizabeth, Dra.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO – CARCELÉN

2014

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Doctora.

Eulalia Elizabeth Salas Tenesaca.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo titulación: Diagnóstico de responsabilidad social en la COAC Fondo para el Desarrollo y la Vida “Fondvida” Ltda., desde la perspectiva de sus clientes, empleados, directivos y sociedad, 2014 realizado por Congo Torres, Erika Gabriela, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, junio de 2016

.....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, **Congo Torres Erika Gabriela**, declaro ser autor (a) del presente trabajo de titulación: Diagnóstico de responsabilidad social en la COAC Fondo para el Desarrollo y la Vida “Fondvida” Ltda., desde la perspectiva de sus clientes, empleados, directivos y sociedad, 2014, de la Titulación de Administración de Banca y Finanzas, siendo Eulalia Elizabeth Salas Tenesaca director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

.....

Erika Gabriela Congo Torres

172192279-5

DEDICATORÍA

El presente trabajo de titulación se la dedico a Dios, quien me ha dado sabiduría y la fortaleza necesaria para salir adelante pese a las dificultades, por permitirme retomar el camino correcto, iluminando cada paso dado, por la salud y el conocimiento para terminar este trabajo.

A mis padres, quienes amo y han sido el pilar de cada uno de mis logros, brindándome su apoyo incondicional, siendo ejemplo de responsabilidad.

A mis hermanos: Leyson, Jonathan, Anderson y Samantha por haberme apoyado a lo largo de mi carrera, por creer en mí y ser mí aliento en cada intento de abandono.

A mi esposo e hijos, Ramiro, Doménica y Uriel, por ser el motivo de cada día de superación y de vida, y por entender mis ausencias necesarias para terminar mi carrera universitaria y este trabajo.

A mis amigos, por sus consejos y compañía en las noches de desvelo.

Erika Gabriela Congo Torres

AGRADECIMIENTO

Agradezco sobre todas las cosas a Dios por la vida y salud, principal ingrediente en la realización del presente trabajo.

A mis padres, hermanos, esposo e hijos por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera universitaria.

Mi agradecimiento eterno a la Universidad Técnica Particular de Loja, por permitirme realizar mis estudios profesionales, a través de la educación a distancia, a cada uno de los Docentes de la Carrera de Ingeniería de Administración en Banca y Finanzas, que con su sabiduría y experiencia me orientaron a la culminación de la carrera, en especial a la Doctora Elizabeth Salas, por su acertada dirección en el desarrollo del presente trabajo.

A todos y cada uno de los miembros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fondvida” Ltda., por su gentil colaboración al proporcionar toda la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.

La autora

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORÍA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I	5
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
1.1 Responsabilidad social corporativa y su importancia en la actualidad	6
1.2 Características de la responsabilidad social.....	9
1.3 Principios de la responsabilidad social	10
Rendición de cuentas	10
Transparencia.....	11
Comportamiento ético	12
Respeto a los intereses de las parte interesadas.....	13
Respeto al principio de legalidad.....	14
Respeto a la norma internacional de comportamiento.....	14
Respeto a los derechos humanos	15
1.4 Ámbito de acción de la responsabilidad social	15
1.4.1 Gobernanza de la organización.	16
1.4.2 Derechos humanos en las organizaciones.	17
1.4.3 Prácticas laborales en las organizaciones	17
1.4.4 Las organizaciones y el medio ambiente.	18
1.4.5 Prácticas justas de operación en las organizaciones.....	19
1.4.6 Desde el punto de vista de los consumidores o clientes.....	20
1.4.7 Participación activa y desarrollo de la comunidad.....	21
CAPÍTULO II	22
ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA COAC FONDO PARA EL DESARROLLO Y LA VIDA “FONDVIDA” LTDA.....	22
2.1 Antecedentes institucionales	23

2.2	Filosofía institucional.....	24
2.2.1	Misión, Visión Y Valores.....	25
2.2.2	Objetivos estratégicos	25
2.3	Estructura administrativa	26
2.3.1	Organigrama estructural	26
2.3.2	Organigrama funcional	28
2.4	Productos y servicios que ofrece la empresa	34
2.4.1	Captaciones	34
2.4.2	Colocaciones.....	36
CAPITULO III		40
DIAGNÓSTICO DE RSC EN LA COAC FONDVIDA DESDE UNA PERCEPCION DE SUS CLIENTES, EMPLEADOS, DIRECTIVOS Y SOCIEDAD.		40
3.1	Diagnóstico de RSC en la COAC FONDVIDA	41
3.2	Población y muestra	41
3.3	Resultados de los instrumentos de campos aplicados	42
3.3.1	Clientes	42
3.3.2	Directivos.....	49
3.3.3	Empleados	62
3.3.4	Sociedad	69
3.4	Identificación de las actividades de RSC que la empresa desarrolla.	77
3.5	Informe del diagnóstico realizado.....	78
CAPÍTULO IV		81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		81
4.1	Conclusiones.....	82
4.2	Recomendaciones	83
REFERENCIAS		84
ANEXOS.....		85

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación **“Diagnóstico de responsabilidad social en la COAC Fondo para el Desarrollo y la Vida “Fondvida” Ltda., desde la perspectiva de sus clientes, empleados, directivos y sociedad, 2014”** surge de la inquietud por conocer las actividades que desarrolla la institución financiera en el ámbito de Responsabilidad Social, tomando medidas oportunas en lo que respecta al comportamiento responsable.

Para iniciar este estudio se presenta la fundamentación teórica en la cual me he basado para conocer acerca de la Responsabilidad Social, así como también sus principios y las actividades que se desarrollan en los diferentes ámbitos de acción.

Se realizó un análisis de la situación actual de la COAC, comenzando por sus antecedentes institucionales, en donde se puede conocer la misión, visión y valores, bajo los cuales trabaja, se realizó el levantamiento de información a través de cuestionarios.

Finalmente se presentan los resultados encontrados, conclusiones y recomendaciones para que las actividades identificadas sigan un proceso continuado y se pueda implementar su acción mediante la participación de sus diferentes stakeholders, en base a los lineamientos de la presente investigación.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social (RSC, RS), stakeholders (directivos, empleados, clientes, sociedad)

ABSTRACT

This research paper "Diagnosis of Social Responsibility in the COAC fund for development and Life" Fondvida "Ltda., from the perspective of its customers, employees, managers and society, 2014" surge of interest in understanding the activities develops financial institution in the area of Social Responsibility, taking appropriate measures with regard to responsible behavior.

To start this study the theoretical foundation on which I have relied to learn about social responsibility as well as its principles and activities carried out in different areas of action arises. an analysis of the current situation of the COAC, starting with its institutional history, where you can meet the mission, vision and values under which it works, the collection of information was done through questionnaires was performed.

Finally the results, conclusions and recommendations for the identified activities follow a continuous process and can implement its action by involving different stakeholders are presented, based on the guidelines of this investigation.

KEYWORDS: Social responsibility (RSC, RS), stakeholders (managers, employees, customers, society)

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el desarrollo y la globalización han incrementado la exigencia social de un comportamiento empresarial más responsable, y así, con mayor fuerza se va creando leyes que cuentan con derechos y responsabilidades sociales, éticas, laborales y medio ambientales, que van más allá de la maximización de ganancias a corto plazo.

En la actualidad, las empresas en su gran mayoría, trabajan con base a una estrategia empresarial, la cual refleja sus objetivos y la manera en que pretenden lograrlos. Si bien es cierto es importante que las empresas crezcan económicamente, también es vital que conozcan el impacto de su actividad económica en el medio ambiente y la sociedad, por esta razón se decide estudiar el presente tema y conocer si en la actualidad el sistema financiero ecuatoriano del sector popular y solidario (cooperativa de ahorro y crédito) existe interés por los temas de RSC incentivado por el empuje de los gobiernos y la sociedad en general.

Si se están tomando medidas oportunas en lo que respecta el comportamiento responsable y si se está adoptando buenas prácticas que puedan contribuir a la recuperación de la confianza en el sistema financiero sector popular y solidario y si las mismas están trabajando en el ámbito de responsabilidad social para poder ser sostenibles en el tiempo.

La adecuada gestión de la RSC mejora la relación de la organización con su entorno, otorgándole una imagen de institución responsable y comprometida, con lo que resulta favorable para las organizaciones, ya que hoy en día los consumidores conscientes del impacto social, son más críticos y esperan que los productos y servicios que obtienen, más allá de la calidad, sean el resultado de prácticas comerciales justas.

La importancia de este trabajo de investigación es conocer la perspectiva que tienen los stakeholders de la entidad financiera y si está practica la Responsabilidad Social tanto en su entorno interno como externo, con el fin de saber si su imagen corporativa en materia de RS conseguirá la buena voluntad de la sociedad hacia la cooperativa, ya que en muchos caso se nota el importante crecimiento que han experimentado la inversión socialmente responsable y muchas entidades trabajan en tema de responsabilidad social para hacerse más sostenible en el tiempo.

Acorde a los principios de la constitución de la República y a los cambios del mercado mundial hacia una economía sostenible, es necesario empezar la construcción de una cultura de responsabilidad basada en la ética, la transparencia, la rendición de cuentas, debiendo las organizaciones, cooperativas, entidades financieras y demás definir metas con visión de sostenibilidad.

Diagnosticar la perspectiva que tienen los stakeholders de la entidad financiera, permitirá conocer los ámbitos en los cuales la institución debe mejorar, además de brindar la oportunidad de participar en los diferentes programas de responsabilidad social, fortaleciendo así la asignación de recursos.

El presente trabajo hace una identificación de los diferentes grupos de interés de COAC Fondvida Ltda., seguido de un levantamiento de información de los mismos, que sirve de base para realizar las recomendaciones para que contribuyan a la creación de valor para la sociedad.

Por otro lado, al ser una institución micro financiera perteneciente al sector popular y solidario, debe mantener una postura proactiva y una visión a largo plazo, de esta manera poder adelantarnos a realizar acciones teniendo en cuenta que la gestión de la RS no es estática y que el grupo de stakeholders no es cerrado, sino va creciendo conforme también crece la entidad financiera.

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Responsabilidad social corporativa y su importancia en la actualidad

La responsabilidad social empresarial (RSE) o responsabilidad social corporativa (RSC), no tiene un antecedente específico en el cual se pueda fijar su nacimiento, sin embargo, los estudios inmersos en la misma, indican que sus antecedentes “remontan a varios siglos pasados, casi a los propios orígenes de las organizaciones que conjugaron capital y trabajo para generar riqueza y beneficio, aunque a lo largo de los siglos los abusos sobre derechos humanos, los trabajadores y el medioambiente hayan sido notorios” García (2012).

Según Garriga & Melé (2004), los intentos por generar un marco conceptual de la responsabilidad social inician hacia mediados del siglo XX. “Howard Bowen publica su libro titulado Social Responsibilities of the Businessman, donde teoriza la relación entre empresa y sociedad. Bowen se interesa por indicar cuáles son las políticas, decisiones y líneas de acción de la empresa en términos de los valores y objetivos sociales, y cómo se puede promover la responsabilidad social a través de cambios institucionales”.

Van Horne, C. & Wachoswicz, JR. (2010) dicen: Maximizar la riqueza de los accionistas no significa que la administración deba ignorar la responsabilidad social corporativa (RSC), como la protección del consumidor, el pago de salarios justos a los empleados, mantener prácticas de contratación justas y condiciones de trabajo seguras, apoyar la educación y participar en aspectos ambientales tales como procurar que el aire y el agua estén limpios.

La **RESPONSABILIDAD SOCIAL** es la “obligación de responder ante la sociedad en lo general y ante algunos grupos en lo específico”. Entonces la **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL** es la capacidad de entender y dar respuesta al conjunto de solicitudes que los diversos grupos que constituyen el entorno hacen a la empresa. Cajiga C. (2014)

Para Reyno (2006) la Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa otorgándole a esta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin de alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés (stakeholders), son el centro de atención esencial para la gestión.

En temas de RSE son cuatro los niveles a los que se debe responder:

1. Estimular a la industria para mejorar su desempeño ambiental y social a través de iniciativas voluntarias que incluyan sistemas de gestión ambiental, códigos de conducta, directrices sobre informes de sostenibilidad u otros estándares, entre otra.
2. Propicia el dialogo entre empresas y comunidades, incluidos todos sus partícipes.
3. Incorporar el desarrollo sostenible en la toma de decisiones de las organizaciones, y
4. Desarrollar asociaciones y programas con base en los lugares de trabajo que incluyan educación y entrenamiento.

Acerca de las teorías de RS de la empresa Medina, et ac (2008) indican que la RS debe prestar atención a los cambios internos y externos que ha sufrido la empresa, como son la transformaciones de la vida social ocasionada gracias a los procesos de globalización, la acelerada innovación técnica, el cuidado del medioambiente, la expansión y difusión de nuevas tecnologías de la información y el conocimiento. Aspectos que, entre otros, han permitido que los individuos se conciencien y se dirijan a formas más equitativas y responsables de convivencia social (personal, laboral y de gobierno; dentro principalmente, pero también, fuera de la empresa

Entre las definiciones citadas, se puede decir que la RSE se entiende como, las actividades voluntarias de las organizaciones, que inciden en mejoras de desenvolvimiento económico, social y ambiental, permitiendo el crecimiento y la competitividad dentro de su entorno, además de la participación activa de los grupos de interés.

También se puede decir que la RS, no es una Ley o dictamen de gobierno, sino un principio ético, el cual debe ser practicado por la empresa, es decir una decisión personal de la misma, que sabiendo cómo aplicarla puede ser utilizada como herramienta estratégica convirtiéndose, no en un gasto sino en una inversión.

Durante los últimos años, han existido muchos cambios en la manera de actuar de las empresas. Si bien es cierto siempre prima la rentabilidad sobre la inversión, hoy en día esta premisa es cuestionada, debido a que las empresas no pueden ser indiferentes a su entorno, y no pueden ir aplastando a todo lo que se atraviese en su camino, ya que los recursos humanos utilizados, no generan solo riquezas para la empresa, sino también consecuencias sociales que pueden llegar a provocar y devolver a la sociedad el beneficio de dichos recursos.

Por tal razón, la responsabilidad social corporativa es importante dentro de toda organización ya que a lo largo del tiempo tanto las expectativas de los clientes como de los empleados van aumentando, generando

a su vez mayor exigencia por parte de ellos hacia la empresa, permitiendo así que la institución corrija fallas que los clientes puedan notar en el ámbito social y de esta manera la institución pueda ofrecer lo mejor tanto al cliente como a la sociedad en general.

Una empresa capaz de encontrar nuevas soluciones y valores en el marco de la responsabilidad social es la que más posibilidades de éxito a lo largo de su trayectoria puede conseguir. Si una empresa maneja como debe ser realmente la responsabilidad social obtendrá beneficios satisfactorios.

La importancia de ser una empresa socialmente responsable radica en que **otorga lealtad a sus clientes** ya que incrementa la imagen positiva que tienen sus clientes y usuarios. **Atrae accionistas**, las acciones responsables, también desarrollan y mejoran la imagen de la organización frente a la organización empresarial y a los capitalistas. **Incrementa los niveles de placer, correspondencia, compromiso y confianza de los trabajadores**, las acciones sociales comprometidas también promueven la permanencia y el bienestar del público interno. **Enriquece la relación con el ambiente y aumenta la influencia de la organización en la comunidad:** difundir información honesta y concreta y realizar acciones socialmente comprometidas ayuda a la imagen de la compañía frente a la comunidad central y aporta nexos que pueden desatar proyectos sociales conjuntos. **Aminora los costos operativos**, las acciones de Responsabilidad Social Empresarial focalizadas especialmente en reducir la contaminación del medio ambiente logran reducir los gastos y la improductividad, el reciclaje es una alternativa de amplia utilización por parte de las empresas de servicios, ya sea para extender la vida útil de equipos como para ahorrar costos de reemplazo, por otro lado, las empresas que se han propuesto reducir sus emisiones de gases han contribuido a optimizar la capacidad energética y reducir los gastos innecesarios. **Posiciona y diferencia la marca frente a la competencia**, una empresa que destina recursos a llevar a cabo obras sociales o que lleve a cabo acciones destinadas a disminuir la contaminación ambiental le otorgará a sus productos un valor agregado frente a productos de la competencia, **permite acceder e influir positivamente en líderes de opinión**, una empresa que destine parte de su presupuesto a acciones sociales o ambientales y no esconda información será destacada en los medios de comunicación y permitirá influir positivamente en los líderes de opinión, **mejora la performance financiera de la empresa**, según diversos estudios, las corporaciones que honran los códigos de ética tienen un rendimiento dos o tres veces superior en comparación con aquellas que no lo hacen, otro estudio demostró que las compañías con prácticas sociales filantrópicas obtienen tasas de retorno a sus inversiones muy superiores a sus expectativas.

Todo lo anterior ayuda a que la empresa aumente su número de clientes ante esa imagen positiva, los empleados acuden con mayor entusiasmo, se vuelve más influyente entre los inversionistas, puede llegar a

ser es reconocida internacionalmente, se gana el respeto de las organizaciones no gubernamentales e incluso pueden llegar a reducir sus costos de operación a través de acciones ambientalistas.

1.2 Características de la responsabilidad social

Según la página web ABC Color, en su artículo La Responsabilidad Social Empresarial (2009): Características e Importancia, indican que: las actividades de RSE encierran una serie de características que son comunes, independientemente del tipo de organización.

- Es una nueva forma de ver las cosas y encarar las actividades. Puede ser impulsada tanto por organizaciones con fines de lucro como por aquellas que no lo tienen.
- Es activa y voluntaria. Por activa se entiende que deben observarse acciones concretas y sus correspondientes resultados. Es voluntaria cuando no existen obligaciones de terceros o del Estado por involucrarse en actividades de RSE.
- La organización se orienta hacia las necesidades y expectativas de sus miembros (empleados y socios), la sociedad y todos aquellos que se relacionan de una forma u otra con sus operaciones.
- Involucra el aspecto económico, social y ambiental.
- Va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas. Es decir, la legislación debe ser cumplida en forma íntegra y las acciones de RSE deben estar por encima de lo exigido por la ley. Por ejemplo, pagarles a los empleados el sueldo mínimo u otorgarles vacaciones no son acciones de RSE, ya que están establecidos en las leyes.
- Las acciones pueden ser tanto nacionales como internacionales. La organización puede decidir expandir sus acciones de RSE inclusive fuera del país donde realiza sus actividades. Pero lo lógico es que se comience “por casa”.

A más de ello la preocupación equilibrada por todos los grupos de interés. La empresa debe tener un impacto social positivo sobre sus grupos de interés. Por lo tanto, debe actuar de forma ética y responsable con:

- Empleados (conciliación laboral y familiar, beneficios sociales, etc.).
- Sindicatos (negociaciones de convenios éticos, jornadas laborales y salarios responsables socialmente...).
- Competidores (respeto y cooperación).
- Proveedores (colaboración, contratos respetuosos).

- Distribuidores (transparencia).
- Clientes finales (productos y servicios de calidad, información transparente y veraz).
- Instituciones (actitud colaborativa y cooperadora).
- Medios de comunicación (apertura y transparencia).
- Asociaciones (colaboración).
- Accionistas (implicación en la estrategia social).
- Financiadores (cumplimiento de obligaciones).
- Carácter voluntario

La voluntariedad hace que la RSE vaya más allá del cumplimiento estricto de la legalidad vigente, lo que ha generado un enorme debate aun no resuelto. Voluntariedad frente a la obligatoriedad presenta simultáneamente ventajas e inconvenientes por la dificultad que entraña el poder regular un aspecto intangible y que a la vez admite tan diversas interpretaciones.

1.3 Principios de la responsabilidad social

Según la Norma Internacional ISO 26000 (2010). Las organizaciones deberían respetar mínimo los siguientes siete principios que se describen a continuación:

- Principio de rendición de cuentas
- Transparencia
- Comportamiento ético
- Respeto a los intereses de las partes interesadas
- Respeto al principio de Legalidad
- Respeto a la normativa internacional del comportamiento
- Respeto a los derechos humanos

PRINCIPIO 1.-

Rendición de cuentas: Consiste en que una Organización debería rendir cuentas ante las autoridades competentes, por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente y las acciones tomadas para prevenir la repetición de impactos negativos involuntarios e imprevistos. Además implica el grado en que la organización debe responder ante aquellos afectados por sus decisiones y actividades, así como

ante la sociedad en general, varía de manera acorde con la naturaleza y las circunstancias. (Norma Internacional ISO 26000, 2010, p. 11).

La rendición de cuentas impone la obligación a los gestores de tener que rendir cuentas a quienes controlan los intereses de la organización y ante las autoridades legales en relación con la leyes y reglamentos.

Ser responsable tendrá un impacto positivo tanto en la organización como en la sociedad. El grado de rendición de cuentas, debería corresponder siempre con el grado o extensión de la autoridad. Las organizaciones con máxima responsabilidad son quienes deberían poner más cuidado en la calidad de sus decisiones y su supervisión. También incluye la aceptación de responsabilidad cuando se cometen errores, tomando las medidas necesarias para repararlos y prevenir su repetición.

PRINCIPIO 2.-

Transparencia: Consiste en que una Organización debería ser transparente en sus decisiones y actividades que impactan a la sociedad y el medio ambiente.

Las organizaciones deberían revelar de forma clara, precisa y completa la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que son responsables, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente. La información debería estar fácilmente disponible y accesible para los interesados. Debería ser objetiva y basada en hechos y presentarse de manera objetiva, para permitir que las partes interesadas evalúen con exactitud el impacto que las decisiones y actividades de la organización producen sobre sus respectivos intereses.

Este principio no exige que la información protegida por derechos a la propiedad se haga pública, así como tampoco exige que se pudiera producir incumplimientos de obligaciones legales, comerciales, de seguridad o de privacidad de las personas. (Norma Internacional ISO 26000, 2010, p. 11 - 12).

Una organización debería ser transparente en cuanto a:

- El objetivo, naturaleza y ubicación de sus actividades;
- La manera en la que toma, implementa y revisa sus decisiones, incluyendo la definición de roles, responsabilidades, formas de rendir cuentas y autoridades en los diferentes niveles de la organización;
- Las normas y criterios frente a los cuales la organización evalúa su desempeño en relación con la responsabilidad social;
- Los impactos conocidos y probables de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente; y

- La identidad de sus partes interesadas y los criterios y procedimientos utilizados para identificarlos, seleccionarlos y comprometerlos.

La transparencia se refiere a las ideas, pautas y principios generales para el desarrollo de conductas socialmente responsables. Estos principios se encuentran en los códigos de conducta y buenas prácticas, las declaraciones de principios y los modelos de elaboración de memorias sociales o de sostenibilidad. La transparencia requiere también que las empresas den a conocer, informen y publiquen sus conductas de RSE.

PRINCIPIO 3.-

Comportamiento ético: Consiste en que el comportamiento de una organización debería basarse en los valores de la honestidad, equidad e integridad, estos valores implica el respeto por las personas, animales y medio ambiente y el compromiso de tratar el impacto de sus actividades y decisiones en los intereses de las partes interesadas.

Una organización debería promover activamente un comportamiento ético mediante:

- la identificación y la declaración de sus valores y principios fundamentales;
- el desarrollo y la utilización de estructuras de gobernanza que ayuden a promover un comportamiento ético dentro de la organización, en su toma de decisiones y en sus interacciones con otros;
- la identificación, la adopción y la aplicación de normas de comportamiento ético apropiadas a su propósito y a sus actividades, y coherentes con los principios descritos en la Norma Internacional;
- el fomento y la promoción del cumplimiento de sus normas de comportamiento ético;
- la definición y la comunicación de las normas de comportamiento ético que se espera de su estructura de gobernanza, personal, proveedores, contratistas y, cuando sea adecuado, de sus dueños y directivos y, particularmente, de aquellos que tienen la oportunidad de influir significativamente en los valores, cultura, integridad, estrategia y operación de la organización y de las personas que actúan en su nombre, al mismo tiempo que se preserva la identidad cultural local;
- la prevención o resolución de conflictos de interés en toda la organización que, si no, podrían conducir a un comportamiento no ético;
- el establecimiento y el mantenimiento de mecanismos de supervisión y controles para hacer seguimiento, apoyar y reforzar el comportamiento ético;
- el establecimiento y el mantenimiento de mecanismos para facilitar que se informe sobre comportamientos no éticos sin miedo a represalias;

- el reconocimiento y el abordaje de situaciones cuando no existan leyes y regulaciones locales, o entrenen conflicto con el comportamiento ético;
- la adopción y la aplicación de normas de comportamiento ético reconocidas internacionalmente cuando se lleve a cabo investigación con sujetos humanos, y
- el respeto del bienestar de los animales, cuando se vea afectada su vida y su existencia, lo que incluye proporcionar condiciones dignas en la conservación, cría, producción, transporte y uso de animales. (Norma Internacional ISO 26000, 2010, p. 12 - 13)

PRINCIPIO 4.-

Respeto a los intereses de las partes interesadas: Consiste en que una Organización debería respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas.

Aún y cuando los objetivos de la Organización podrían limitarse solo a sus dueños y socios, clientes o integrantes, otros individuos o grupos, también podrían tener derechos, reclamaciones o intereses específicos que se deben tener en cuenta. Colectivamente estas personas constituyen las partes interesadas de una organización. (Norma Internacional ISO 26000, 2010, p. 13).

Una organización debería:

- identificar a sus partes interesadas;
- ser consciente y respetuosa de los intereses y necesidades de sus partes interesadas y responder a las inquietudes que manifiestan;
- reconocer los derechos legales y los intereses legítimos de las partes interesadas;
- tener en cuenta la capacidad relativa de las partes interesadas de contactar e involucrarse con la organización;
- tener en cuenta la relación de los intereses de las partes interesadas con los intereses generales de la sociedad y del desarrollo sostenible, así como la naturaleza de la relación de las partes interesadas con la organización; y,
- considerar los puntos de vista de las partes interesadas que pueden verse afectados por su decisión, incluso cuando no tengan un rol formal en la gobernanza de la organización, o no sean conscientes de su interés en las decisiones o actividades de la organización.

Nota.- Las partes interesadas podrían tener intereses que no sean coherentes con las expectativas de la sociedad.

PRINCIPIO 5.-

Respeto al principio de legalidad: Consiste en que una Organización debería aceptar que el respeto al principio de legalidad es obligatorio.

El principio de legalidad se refiere a la supremacía del derecho y, en particular a la idea de que ningún individuo u Organización está por encima de la ley y de que los Gobiernos están también sujetos a la ley. Este principio se contrapone con el ejercicio arbitrario del poder. El respeto a este principio implica que una Organización cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables, esto implica que una organización debería dar los pasos necesarios para conocer las leyes y regulaciones aplicables.

Según (Norma Internacional ISO 26000, 2010, p. 14)

Una organización debería:

- cumplir con los requisitos legales y reglamentos de todas las jurisdicciones en las que opera;
- asegurar que sus relaciones y actividades están dentro del marco legal previsto y pertinente;
- cumplir con sus propias ordenanzas, políticas, reglas y procedimientos, y aplicarlos de manera justa e imparcial;
- mantenerse informada de todas las obligaciones legales; y,
- revisar periódicamente su cumplimiento.

PRINCIPIO 6.-

Respeto a la norma internacional de comportamiento: Consiste en que la Organización debería respetar la normatividad internacional de comportamiento, a la vez que acatar el principio de respeto de legalidad.

La organización debería esforzarse por respetar las normas internacionales aún y cuando la ley o su implementación no salvaguarden los aspectos ambientales y sociales. Una organización deberá evitar ser cómplice en las actividades de otra Organización que no sean coherentes con la normatividad internacional de comportamiento. (Norma Internacional ISO 26000, 2010, p.14)

- En países donde la ley nacional o su implementación no proporcione los resguardos medioambientales o sociales mínimos, una organización debería esforzarse por respetar las normas internacionales de comportamiento.
- En lugares donde la ley nacional o su implementación prohíba a las organizaciones respetar las normas internacionales de comportamiento, una organización debería esforzarse por respetar tales normas en la medida de lo posible.
- En situaciones de conflicto con las normas internacionales de comportamiento y cuando el hecho de no cumplir con estas normas implique consecuencias significativas, una organización debería,

según sea posible y pertinente, analizar la naturaleza de sus actividades y relaciones dentro de dicha jurisdicción.

- Una organización debería considerar las oportunidades y canales legítimos para tratar de influir en las organizaciones y autoridades pertinentes, con el fin de resolver cualquier conflicto en relación con la legislación nacional y su implementación.
- Una organización debería evitar ser cómplice en las actividades de otra organización que no cumplan con las normas internacionales de comportamiento.

PRINCIPIO 7.-

Respeto a los derechos humanos: Consiste en que una Organización debería respetar los derechos humanos y reconocer tanto su importancia como su universalidad.

Una Organización debería promover el respeto de los derechos humanos y evitar beneficiarse de esas situaciones cuando la ley o su implementación no proporcionen la protección adecuada. (Norma Internacional ISO 26000, 2010, p.15)

Una organización debería:

- Promover y respetar los derechos establecidos en la Carta Universal de los Derechos Humanos;
- Aceptar que estos derechos son universales, esto es, que son aplicables de forma indivisible en todos los países, culturas y situaciones;
- En situaciones donde los derechos humanos no se protegen, dar pasos para respetar los derechos humanos y evitar beneficiarse de esas situaciones; y,
- En situaciones donde la legislación nacional o su implementación no proporcionen la protección adecuada de los derechos humanos, acatar el principio del respeto por las normas internacionales de comportamiento.

1.4 Ámbito de acción de la responsabilidad social

La RSC siempre hace referencia a dos ámbitos, uno externo y otro interno.

A su ámbito interno cabe en la RSC contemplar el respeto al medio ambiente en cuanto que las actuaciones empresariales puedan afectarlo e interactúen con el mismo; debe preservar la calidad y su conservación.

Por otra parte debe atender a los derechos de los trabajadores en lo que se refiere a libre negociación colectiva, conciliación de la vida familiar y laboral, igualdad de oportunidades para hombres y mujeres,

salud y seguridad laboral, tener presente la no discriminación por razón de edad, raza, ideología o discapacidad.

En el ámbito externo, la Responsabilidad Social Corporativa deberá contemplar el riguroso respeto a los derechos de los consumidores y clientes, servicios y proveedores; deberá respetar los Derechos Humanos y promocionar la acción cultural, social, medioambiental de las empresas, debiendo para ello asignar parte de los recursos empresariales a proyectos sociales, relacionados con la promoción de personas desfavorecidas en las zonas donde opere la empresa.

La responsabilidad social de una empresa abarca y se extiende a todas sus operaciones tanto en el país de origen como en el extranjero, a la dinamización de sus proveedores y de subcontratistas para que a su vez éstos, observen en su actividad los mismos criterios de responsabilidad. (Berrocal,2012)

1.4.1 Gobernanza de la organización.

Según la Norma Internacional ISO 26000 (Guía de Responsabilidad Social, 2010). La gobernanza de la Organización es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos.

Los sistemas de gobernanza varían, dependiendo del tamaño y el tipo de organización y del contexto ambiental, económico, político, cultural y social en el que opera. Estos están dirigidos por una persona o grupo de personas (propietarios, miembros, integrantes u otros) que tienen la autoridad y responsabilidad de perseguir los objetivos de la organización.

La gobernanza de la Organización es el factor más importante para hacer posible que una Organización se responsabilice de los impactos de sus decisiones y actividades. Una Organización que se plantea ser socialmente responsable debería contar con un sistema de gobernanza que permita supervisar y poner en práctica los siete principios de la responsabilidad social mencionados anteriormente. (Norma ISO 26000, 2010, p. 23)

Las empresas -dada la necesidad de acentuar la vivencia de la cultura, los valores y el comportamiento ético y transparente- se ayudan elaborando comunicando y fomentando la aplicación de códigos de ética.

En el estudio realizado sobre responsabilidad social de empresas del Ecuador (Torresano, 2012), nos indica que.- *“el informe o reporte de sostenibilidad se considera como un mecanismo para transparentar las actuaciones de la empresa.”.....“Las empresas tienen poca costumbre de comunicar lo que*

hacen. Esto dificulta contar con una masa crítica” de empresas que implementen RS pues en ocasiones el ejemplo es un buen motor de cambio”.

1.4.2 Derechos humanos en las organizaciones.

Los derechos humanos son los derechos básicos que le corresponden a cualquier ser humano por el hecho de serlo. Existen dos categorías de derechos humanos:

- **Derechos civiles y políticos:** incluye derechos tales como el derecho a la vida y a la libertad, la igualdad ante la ley y la libertad de expresión.
- **Derechos económicos, sociales y culturales:** incluye derechos fundamentales como el derecho al trabajo: Basado en la declaración de la OIT:
 - ❖ Libertad de asociación y reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva,
 - ❖ Eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio,
 - ❖ Abolición efectiva del trabajo infantil,
 - ❖ La eliminación de la discriminación respecto del empleo y ocupación.

Además del derecho a la alimentación, el derecho a la salud, el derecho a la educación y el derecho a la seguridad social.

Los Estados tienen el deber y responsabilidad de respetar, proteger, cumplir y hacer realidad los derechos humanos. Una Organización tiene la responsabilidad de respetar los derechos humanos, incluso dentro de su esfera de influencia. (Norma ISO 26000, 2010, p. 25 - 26)

Siendo uno de los temas de mayor interés para los empresarios es también básico que los derechos humanos sean considerados en las políticas y acciones de RS.

Uno de los derechos humanos más destacados en el ámbito empresarial es la libre asociación de los trabajadores (y el derecho a la negociación colectiva) (Torresano, 2012, p. 42)

1.4.3 Prácticas laborales en las organizaciones

Las prácticas laborales de una Organización comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por y en nombre de la organización, incluido el trabajo subcontratado.

Las prácticas laborales incluyen:

- a. Reclutamiento (contratación) y promoción de trabajadores
- b. Procedimientos disciplinarios y resolución de conflictos
- c. Transferencia y traslado de trabajadores
- d. Terminación de relación de trabajo
- e. Capacitación y desarrollo de habilidades
- f. Salud, seguridad e higiene en el trabajo.
- g. Reconocimiento de las organizaciones de trabajadores y la representación y participación en negociaciones colectivas, diálogos, sociales y consultas para resolver problemas relacionados con el empleo.

Las prácticas laborales socialmente responsables son esenciales para la justicia social, la estabilidad y la paz. La creación de puestos de trabajo, así como salarios y otras compensaciones que se pagan por el trabajo realizado, se encuentra entre las contribuciones sociales y económicas más importantes de una organización. El trabajo enriquecedor y productivo es un elemento esencial en el desarrollo humano; los niveles de vida mejoran gracias al empleo pleno y el empleo seguro. Su ausencia constituye una causa primordial de problemas sociales. (Norma Internacional ISO, 2010, p. 37 – 38)

Un principio fundamental de la Declaración de Filadelfia de la OIT de 1994 es que el trabajo no es una mercancía; lo que quiere decir que los trabajadores no deberían ser tratados como un factor de producción ni estar sujetos a las mismas fuerzas del mercado que se aplican a las mercancías. La vulnerabilidad de los trabajadores y la necesidad de proteger sus derechos básicos se refleja en la “**Declaración Universal de Derechos Humanos y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales**”.

“La empresa es una de las asociaciones intermedias situada entre los individuos y su familias, por una parte, y la sociedad organizada, por otra. El bien común de la empresa es el trabajo en común, que permite a los seres humanos no solo producir bienes y servicios, sino –más importante aún- desarrollar sus virtudes técnicas, artísticas y morales”, Jácome, W.(2001)

1.4.4 Las organizaciones y el medio ambiente.

Las decisiones y actividades de las organizaciones invariablemente generan un impacto en el medio ambiente independientemente donde se ubiquen. (Norma Internacional ISO, 2010, p. 45)

Los temas ambientales están estrechamente relacionados con los derechos humanos, la participación activa y el desarrollo de la comunidad, entre otras materias fundamentales relacionadas con la R. Social. Una organización debería respetar y promover los siguientes principios ambientales:

- Responsabilidad ambiental: más allá del cumplimiento de la ley.
- Gestión de riesgos ambientales.
- El que contamina paga
- Prevención de la contaminación
- Uso sostenible de recursos
- Mitigación del cambio climático y adaptación

La sociedad se enfrenta a muchos desafíos ambientales, incluyendo el agotamiento de los recursos naturales, la contaminación, el cambio climático, la destrucción de hábitats, la extinción de especies, el colapso de ecosistemas y la degradación de asentamientos humanos urbanos y rurales. A medida que la población mundial crece y el consumo aumenta, estos cambios son amenazas crecientes para la seguridad humana y la salud y el bienestar de la sociedad.

La responsabilidad ambiental es una condición previa para la supervivencia y prosperidad de los seres humanos; por ello, es un aspecto muy importante de la Responsabilidad Social. Los temas ambientales están estrechamente relacionados con otras materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social. La educación ambiental es fundamental para promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles.

Los temas ambientales en el ámbito local, regional y global están interconectados. Se requiere un enfoque integral, sistemático y colectivo para abordarlos. (Norma Internacional ISO, 2010, p. 45 - 52)

1.4.5 Prácticas justas de operación en las organizaciones.

Las prácticas justas de operación se refieren a la conducta ética de una Organización en sus transacciones con otras Organizaciones. Incluyen las relaciones con agencias gubernamentales, socios, contratistas, proveedores, competidores y asociaciones de las cuales son miembros.

Los asuntos relacionados con las prácticas justas de operación se presentan en los ámbitos de anticorrupción, participación responsable de la esfera pública, competencia justa, promoción de la R.

Social en las relaciones con otras organizaciones y respeto por los derechos de propiedad. Las prácticas justas de operación se refieren a la manera en que una organización utiliza su relación con otras organizaciones para promover resultados positivos. Los resultados positivos se pueden alcanzar proporcionando liderazgo y promoviendo la adopción de la responsabilidad social de una manera más amplia, dentro de la esfera de influencia de la organización. (Norma Internacional ISO, 2010, p. 53 – 55)

La observancia, promoción y fomento de las normas de conducta ética, subyace en todas las prácticas justas de operación.

La competencia justa y el respeto a los derechos de propiedad no se pueden lograr, si las Organizaciones no operan entre ellas de manera honesta, equitativa e íntegra.

El marco legal y las exigencias propias de mercado motivan a las empresas a tener prácticas justas de operación. En cuanto a las políticas relacionadas al tema se evidencian que las empresas disponen de mecanismos de gestión de libre competencia, así como de políticas sobre contribuciones y participación política, elementos que antes no eran visibles o explícitos en las políticas de las empresas.

En las empresas se analizan aspectos relacionados con la transparencia, así como con la forma como combaten la corrupción (Torresano, 2012, p. 42)

1.4.6 Desde el punto de vista de los consumidores o clientes.

Las Organizaciones que proporcionan productos y servicios a consumidores, así como a otros clientes, tienen responsabilidad hacia ellos.

Están relacionados con las prácticas justas de mercadotecnia, protección de la salud y la seguridad, consumo sostenible, resolución de disputas e indemnización, la protección y privacidad de la información, el acceso a productos y servicios esenciales, y la educación.

El término consumidor hace referencia a aquellos individuos o grupos que hacen uso del resultado de las decisiones y actividades de las Organizaciones, sin que implique necesariamente que tengan que pagar dinero por los productos o servicios.

Las Organizaciones tienen oportunidades importantes para contribuir al consumo y al desarrollo sostenible, a través de los productos y servicios que ofrecen y la información que proporcionan, incluida la información sobre su uso, reparación y disposición final.

Las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor brindan información fundamental sobre los asuntos de consumidores y consumo sostenible. (Norma Internacional ISO, 2010, p. 56- 58)

1.4.7 Participación activa y desarrollo de la comunidad.

“La participación activa, - ya sea de manera individual, o a través de asociaciones que busquen aumentar el bien público-, ayuda a fortalecer la sociedad civil. Las organizaciones que se involucran de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones, reflejan valores democráticos y cívicos, y los fortalecen.” (Norma Internacional ISO, 2010, p. 66)

Comunidad, se refiere a asentamientos residenciales o sociales ubicados en una proximidad geográfica a la base o bases de la organización. La participación activa de la comunidad va más allá de identificar e involucrar a las partes interesadas en relación con los impactos de las operaciones; también abarca el apoyo y la identificación de la comunidad. Implica el reconocimiento del valor de la comunidad.

La participación activa efectiva de la comunidad puede aumentar tanto la calidad de vida de la comunidad como la capacidad de la organización de alcanzar sus propios objetivos.

La participación activa de la comunidad es además, el medio clave para que la organización identifique formas en que puede contribuir efectivamente al desarrollo de la comunidad.

Las Organizaciones que se involucran de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones, reflejan valores democráticos y cívicos.

Algunas acciones podrían entenderse como filantropía, sin embargo las actividades filantrópicas por sí mismas no consiguen el objetivo de integrar la responsabilidad social en la Organización.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA COAC FONDO PARA EL DESARROLLO Y LA VIDA “FONDVIDA” LTDA.

Hoy en día el fenómeno de la Responsabilidad Social ha adquirido gran importancia en el crecimiento y desarrollo de los sectores económicos que la practican, el sector financiero es uno de ellos; y dentro de este sector se encuentran las cooperativas de ahorro y crédito que son las entidades que se analizarán en el presente trabajo de fin de titulación.

El objeto de estudio del presente trabajo de fin de titulación es la COAC FONDVDIDA, la misma que de acuerdo al nuevo Código Orgánico Monetario y Financiero pertenece al sector financiero popular y solidario

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera expidió la resolución No. 038-2015-F, en la que se establece la Norma para la segmentación de las entidades del sector financiero popular y solidario las mismas que de acuerdo a esta resolución están divididas por segmentos de la siguiente manera:

Segmento	Activos (USD)
1	Mayor a 80 000 000,00
2	Mayor a 20 000 000,00 hasta 80 000 000,00
3	Mayor a 5 000 000,00 hasta 20 000 000,00
4	Mayor a 1 000 000,00 hasta 5 000 000,00
5	Hasta 1 000 000,00
	Cajas de Ahorro, bancos comunales y cajas comunales

Fuente: SEPS, 2016.

Una vez distinguido que la Cooperativa FONDVDIDA se encuentra ubicada en el segmento 3 mediante resolución N° SEPS-ROEPS-2013-000593 del 03/05/2013., vamos a realizar un diagnóstico de cada una de las actividades que la misma realiza en el ámbito de la Responsabilidad Social.

2.1 Antecedentes institucionales

COAC FONDVDIDA se crea el 7 de febrero del 2000, año de inicio de la dolarización en el país y de epílogo de la crisis financiera, nació con el nombre de cooperativa de ahorro y crédito “Fondo para el Desarrollo y la Vida”, FONDVDIDA, un proyecto comunitario auspiciado por la Federación de Barrios del Noroccidente de Quito. Su identidad ha sido construida y moldeada en los sectores populares del norte de Quito.

Su ámbito territorial inicial de cobertura fue el noroccidente de Quito, en el 2003 se expande al sector de Carapungo y en el 2010 incursiona en el Centro Histórico de Quito. Su vocación social y no la búsqueda de réditos financieros, ha constituido su filosofía y apuesta estratégica principal, lo que le da sentido, identidad y pertenencia a las finanzas populares y solidarias.

Su crecimiento en lo financiero ha sido constante, ha sido una estrategia en paralelo al enfoque social por la necesidad de solvencia y sostenibilidad institucional en el largo plazo.

Fondvida tiene su único lugar de operaciones en Quito, que es la capital política y desde este sentido es la ciudad eje de los principales acontecimientos del país.

En el marco de la Constitución del 2008 se ha expedido la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (EPS) y del sector Financiero Popular y Solidario, que define una nueva institucionalidad para el sector cooperativo, una más estricta regulación y control del Estado, que marcan desafíos para Fondvida, en virtud de que debe responder con inteligencia y con una visión estratégica que la posicione mejor y la innove.

Datos de ubicación de la cooperativa

Ruc:	1791784979001
Provincia:	Pichincha
Cantón:	Quito
Parroquia:	Cotocollao
Calle:	Av. Flavio Alfaro Oe6-150
Telefax:	022535926
E-mail:	gerencia@fondvida.org

2.2 Filosofía institucional

COAC Fondvida es una institución sin fines de lucro que basada en sus valores institucionales, busca motivación para sus socios, desarrollo del liderazgo, participación, complacencia (bienestar social), educación, generación y apoyo al empleo entre sus socios, estabilidad, cultura de ahorro, mercadeo social, contribuyendo siempre al desarrollo integral de su grupo meta.

2.2.1 Misión, Visión Y Valores

Misión

Somos una organización de finanzas populares que brindamos servicios y generamos oportunidades a los actores de la economía local, contribuyendo a su bienestar familiar y comunitario en forma inclusiva, con equidad, sensibilidad social y responsabilidad ambiental.

Visión

Al 2022, FONDVIDA es un referente del sector de las finanzas populares, que dinamiza las economías locales, a través de productos y servicios innovadores, oportunos y de calidad, acordes, accesibles y con prioridad a los sectores populares.

Valores

Honestidad: operar claramente y rendir cuentas con transparencia.

Responsabilidad: hacer las cosas bien.

Confianza: generar credibilidad y seguridad.

Solidaridad: practicar sin discriminación y desinteresadamente.

2.2.2 Objetivos estratégicos

Fondvida prevé 4 ejes de desarrollo: cliente, crecimiento y aprendizaje, financiero y social.

Eje cliente

En el eje cliente el objetivo es: satisfacer las expectativas y necesidades de las socias, socios y clientela.

Estrategias: diseñar productos y servicios financieros competitivos; ampliar los canales de atención; mejorar la capacidad operativa de las agencias; y, adoptar la investigación y desarrollo como un mecanismo de expansión y profundización en el mercado.

Eje crecimiento y aprendizaje

En el eje crecimiento y aprendizaje el **objetivo 1 es**: potenciar el talento humano participativo, innovador y con sensibilidad social, desde la perspectiva de aprendizaje por competencias para el logro de sus objetivos personales e institucionales. Estrategias: crear e institucionalizar el departamento de talento

humano; construir e implementar un plan de carrera y profesionalización del personal; definir políticas salariales con equidad; y, diseñar el plan de motivación y mantenimiento del talento humano. **El objetivo 2 es:** promover la educación y cultura cooperativa como base para la participación y autogestión de las socias y socios. Estrategias: promover el programa de Educación Cooperativa y Economía Popular y Solidaria; y, adoptar buenas prácticas de Gobierno Cooperativo.

Eje financiero

En el eje financiero su objetivo es: consolidar la sostenibilidad financiera de la cooperativa. Estrategias: mejorar el nivel de colocación y captación.; y, fortalecimiento patrimonial.

Eje social

En el eje social el objetivo es: ampliar y profundizar el relacionamiento de Fondvida con los sectores y actores populares, desde la perspectiva de centralidades dinámicas en el Distrito Metropolitano de Quito. Estrategias: desarrollar alianzas estratégicas para el fortalecimiento de las economías locales; posicionar a Fondvida como actor y promotor de las economías locales y comunitarias y las actorías populares diversas; y, revitalizar la articulación de Fondvida con las dinámicas sociales en los espacios de influencia.

2.3 Estructura administrativa

Es importante la representación gráfica de la estructura orgánica de la Cooperativa ya que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría, que a continuación se presentan en el organigrama estructural.

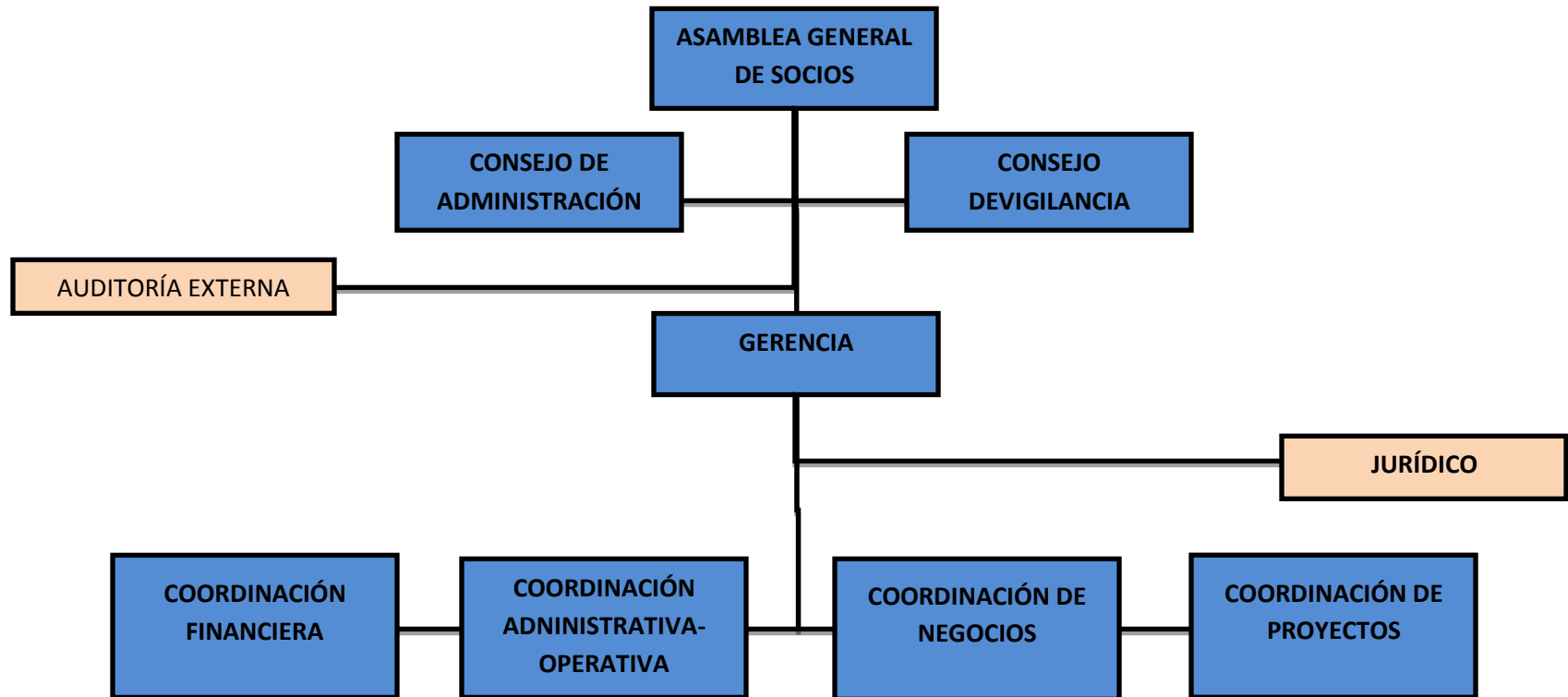
2.3.1 Organigrama estructural

“Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas”.

A continuación se presenta el organigrama Estructural de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fondvida”:

Gráfico 1

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE COAC FONVIDA



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Fondvida Ltda.

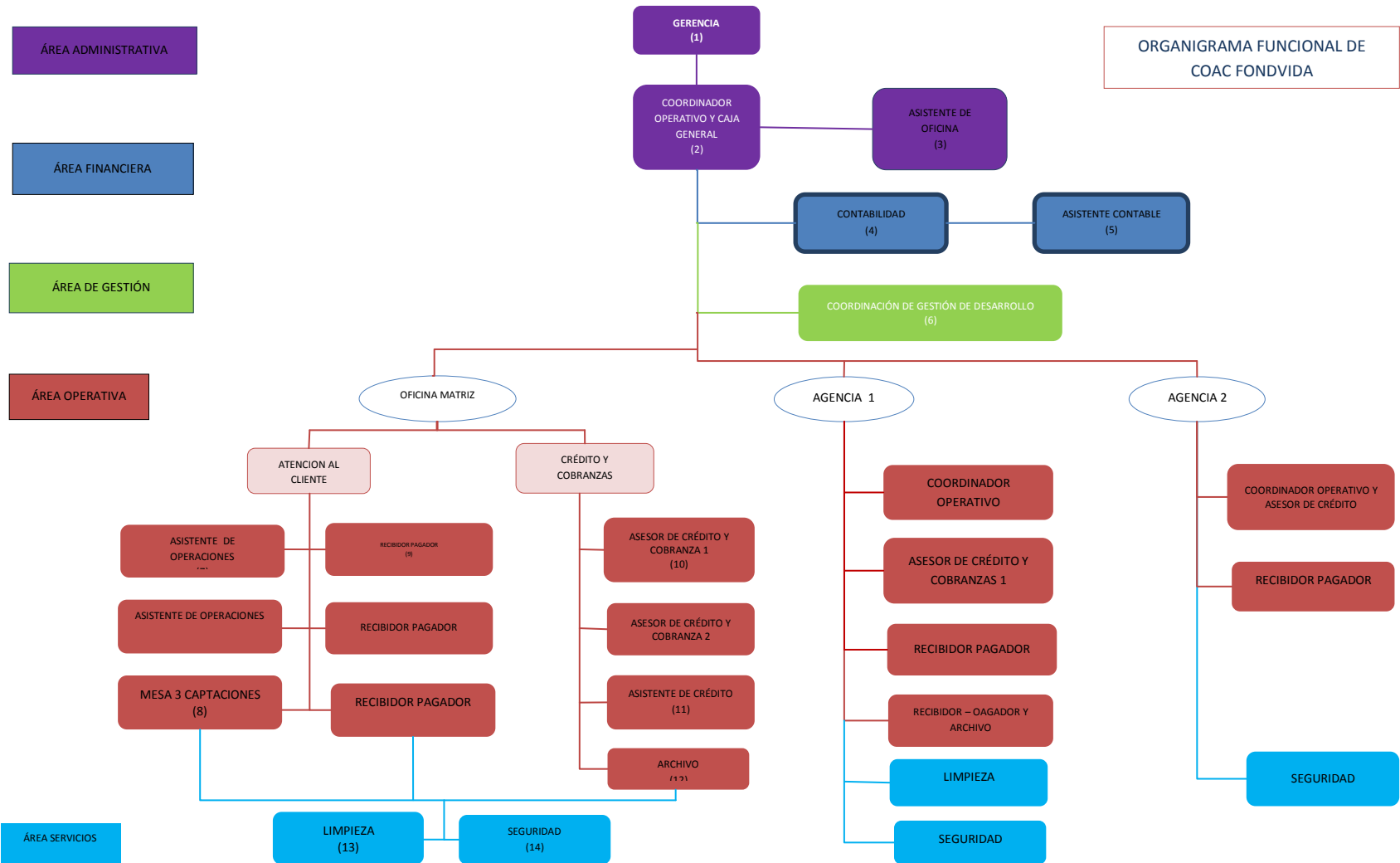
Elaborado por: Autora

2.3.2 Organigrama funcional

“Parte del organigrama estructural y a nivel de cada unidad administrativa se detalla las funciones principales básica. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registra aquellas de menor trascendencia. En este tipo de organigramas se determina que es lo que se hace pero no como se hace”

A continuación se presenta el organigrama funcional vigente:

Gráfico 2



Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Fondvida Ltda.

Elaborado por: Autora

Principales funciones área administrativa:

Gerencia

- ✓ Gestionar a la cooperativa en los siguientes aspectos: financiero, talento humano y técnico.
- ✓ Analizar factores de riesgo y toma decisiones que afectan a la Cooperativa en general. Es el representante legal.
- ✓ Planificar, coordinar, supervisar y evaluar la gestión administrativa y financiera de la cooperativa, según normas técnicas, legales y administrativas vigentes.
- ✓ Diagnosticar las condiciones y evaluar el mercado financiero en función de los planes de crecimiento y de la gestión de la cooperativa.
- ✓ Analizar, sugerir e implementar las estrategias de mercadeo de productos y servicios.
- ✓ Aprobar créditos solicitados según rangos de aprobación establecidos.
- ✓ Participar del comité de crédito para la aprobación de solicitudes según rango establecido, como representante técnico del tema técnica.
- ✓ Informar, ejecutar, coordinar, controlar y evaluar el cumplimiento de las disposiciones de los órganos de control, en los términos establecidos.
- ✓ Informar periódicamente sobre la gestión técnica y administrativa de la cooperativa a los organismos directivos, verbal y documentalmente.
- ✓ Aprobar la adquisición de bienes y servicios requeridos, según monto establecido, para la gestión de la cooperativa.
- ✓ Analizar y aprobar las acciones de selección, contratación, capacitación, valoración y evaluación de desempeño para la gestión técnica del talento humano.
- ✓ Coordinar la gestión financiera y administrativa de las agencias de la cooperativa.
- ✓ Suscribir convenios de préstamo con entidades financieras según políticas de endeudamiento aprobadas.

Coordinación operativa y caja general

- ✓ Atender los requerimientos de los socios y los clientes.
- ✓ Diseñar, proponer y ejecutar estrategias genéricas y específicas para incrementar las captaciones.

- ✓ Entregar a cada cajero la cantidad, autenticidad del “fondo de cambio”.
- ✓ Controlar el cuadre diario de cada cajero.

Asistencia de oficina

- ✓ Prestar asistencia directa y apoyo a la gerente y al coordinador operativo.
- ✓ Manejar suministros de oficina.
- ✓ Elaborar memos y cartas.
- ✓ Controlar el fax y correspondencia.
- ✓ Coordinar actos sociales.

Principales funciones del área financiera:

Contabilidad

- ✓ Registrar y procesar las transacciones económicas de la cooperativa, elaborar informes periódicos y especiales, balances y estados financieros.
- ✓ Revisar y validar la información contable, por varios conceptos según normas y procedimientos establecidos.
- ✓ Visitar, revisar y validar el cuadre diario de las cuentas correspondientes, consolidando información de matriz y agencias.
- ✓ Revisar y aprobar las conciliaciones bancarias de las cuentas de la cooperativa, según prácticas contables corrientes.
- ✓ Elaborar los formularios para cumplir las obligaciones tributarias.
- ✓ Elaborar y presentar informes sobre indicadores contables, según requerimientos superiores y normas y procedimientos establecidos.
- ✓ Elaborar listados financieros consolidados, según las normas vigentes de contabilidad.
- ✓ Elaborar los comprobantes de retención en la fuente, del IVA, los roles de pago, planillas IES, liquidaciones de personal.
- ✓ Elaborar los comprobantes de retención en la fuente, del IVA, los roles de pago, planillas del IESS, liquidaciones de personal.
- ✓ Realizar arqueos de inventario de los activos fijos, pagarés, hipotecas, garantías y depósitos a plazo fijo.
- ✓ Realizar el proceso de fin de mes en el sistema; arreglar el sistema en la matriz y las agencias.

Asistencia contable

- ✓ Recopilar, registrar, cuadrar y archivar los documentos de respaldo de la gestión económica de la cooperativa.
- ✓ Asistir al Contador General en la elaboración de informes y estados de cuenta.
- ✓ Revisar la validez y pertinencia de documentos de pago con los comprobantes de egresos, ingresos y diarios de matriz y agencias respectivos.
- ✓ Registrar en el libro bancos, los depósitos, pagos diarios realizados según procedimientos establecidos.
- ✓ Realizar la conciliación bancaria de las cuentas de la cooperativa.
- ✓ Imprimir mayores, auxiliares, balances de comprobación y balances generales y de resultados, y archivar para mantener un archivo físico para la Cooperativa.
- ✓ Custodiar títulos valores, pólizas, chequeras, efectivo, hipotecas y pagarés según normas y procedimientos vigentes.
- ✓ Realizar y mantener actualizado el inventario contable de activos fijos.
- ✓ Elaborar y cuadrar formatos de pago de retenciones en la fuente, a contabilidad, para su consolidación.
- ✓ Identificar las necesidades materiales y equipos de oficina, adquirirlos y controlar su custodia, mantenimiento y consumo.
- ✓ Elaborar cheques y realizar los pagos a proveedores.

Principales funciones del área de gestión:

Coordinación de gestión y desarrollo

- ✓ Estudiar, crear e impulsar proyectos.
- ✓ Contactar a personas u organizaciones para trabajar en conjunto en beneficio de los sectores más vulnerables.

Principales funciones del área operativa:

Asistencia de operaciones

- ✓ Asistir a todas las unidades que realizan directamente el negocio de la institución y que se componen por: captaciones, caja y crédito y cobranzas.

Captaciones

- ✓ Gestionar y supervisar las labores de caja; ingreso y pago de efectivo y documentos.
- ✓ Coordinar y realizar acciones técnicas y administrativas para captar el ahorro de los clientes actuales y potenciales.
- ✓ Analizar e informar periódicamente de los resultados de su gestión a las autoridades de la cooperativa y a entidades de control externas.
- ✓ Coordinar acciones necesarias para brindar una atención adecuada en la prestación de productos y servicios de la cooperativa.

Recibiduría – pagaduría

- ✓ Recibe depósitos en cheque y efectivo.
- ✓ Realizar pagos en efectivo por varios conceptos.
- ✓ Realizar cuadros diarios de caja y transfiere recaudaciones.

Asesor de crédito y cobranzas

- ✓ Verificar, analizar, evaluar y recomendar las solicitudes de crédito, de acuerdo a las políticas internas de la cooperativa.
- ✓ Conformar el Comité de Crédito y coordinar la gestión íntegra de crédito.
- ✓ Elaborar y presentar diariamente informes de riesgos, morosidad y recuperación de los socios deudores.

Asistencia de crédito

- ✓ Realizar funciones necesarias para la gestión de crédito.
- ✓ Asistir al Asesor de Crédito y Cobranzas.
- ✓ Atender al público, elaborar informes y análisis y realizar acompañamiento al proceso de desarrollo y crecimiento de los microcréditos.

Archivo

- ✓ Recopilar en forma organizada los registros, documentos de interés; además asegurar su conservación y la máxima rapidez en la localización y envío de los documentos requeridos por las diversas dependencias de la COAC.

Funciones del área de servicios:

Limpieza

- ✓ Realizar la limpieza externa e interna de la Cooperativa.

Seguridad

- ✓ Vigilar y cuidar los bienes de la institución.

2.4 Productos y servicios que ofrece la empresa

Los productos y servicios que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fondvida”, actualmente se detallan a continuación:

2.4.1 Captaciones

Las captaciones son operaciones de pasivo mediante el cual las instituciones financieras recoge recursos del público ahorrador y los utiliza como fuente del Mercado Financiero, mediante cuenta de ahorros sean estas a la vista o a plazo.

Dentro de estas captaciones COAC Fondvida ofrece los siguientes productos y servicios financieros:

Ahorro a la vista

Se trata de una operación a través del cual, los socios – clientes de Fondvida, pueden realizar depósitos de sus fondos con la opción de poder retirar los mismos en cualquier momento previo la presentación de su libreta.

La apertura de una libreta o cuenta de ahorros a la vista en Fondvida, la puede realizar cualquier persona natural, sin límite de edad.

Los beneficios y requisitos para esta modalidad son los siguientes:

Beneficios:

- No hay costo por mantenimiento en cuenta.
- Disponibilidad inmediata de sus fondos.
- La cantidad mínima de depósito es de 0,25 centavos en adelante.
- Interés de hasta el 5% anual dependiendo del monto en la cuenta.

Requisitos:

- Copia de cédula y papeleta de votación a color y blanco y negro del titular de la cuenta.
- Valor de apertura 25 dólares mínimo.

Ahorro a plazo fijo

A diferencia de los ahorros a la vista, la modalidad de ahorros a plazo fijo consiste en que el socio se compromete a mantener sus fondos durante un plazo determinado mediante un contrato escrito en condiciones normales, quiere decir que mientras transcurre el tiempo del plazo estipulado entre las partes, el depositante no podrá hacer uso de sus fondos, generando un mayor interés para el socio mayor al que se ofrece para los ahorros a la vista.

Los beneficios y requisitos para esta modalidad son los siguientes:

Beneficios:

- No hay costo por mantenimiento en cuenta.
- El dinero se amortiza por un período determinado de tiempo, estipulado por el socio.
- Monto mínimo de ahorros 100 dólares
- Interés desde el 5% al 12%, dependiendo del período de tiempo y el valor estipulado por el socio.

Requisitos:

- Cédula de identidad original

Peque –Ahorro

Fondvida en su énfasis por fomentar el ahorro a la niñez, pone a disposición Peque-Ahorro, que consiste en que los hijos de sus socios, niños y niñas puedan realizar depósitos y retiros sin necesidad de un adulto.

Los beneficios y requisitos para esta modalidad son los siguientes:

Beneficios:

- Los niños y niñas que ahorran en Fondvida pueden depositar y retirar fondos sin necesidad de un adulto.

Requisitos:

- Copia de la cédula del representante del niño
- Copia de la cédula o partida de nacimiento del niño
- Monto mínimo de apertura 5 dólares
- Interés de hasta el 5% anual, dependiendo del monto en la cuenta.

2.4.2 Colocaciones

Colocaciones o créditos son préstamos de dinero que las instituciones financieras otorgan a sus clientes, con el compromiso de que en el futuro, el cliente devolverá dicho préstamo en forma gradual, mediante el pago de cuotas, o en un solo pago y con un interés adicional que compensa al acreedor por el periodo que no tuvo ese dinero.

Entre las principales colocaciones Fondvida otorga los siguientes servicios:

Créditos regulares: entre estos está el crédito ordinario, crédito automático, crédito hipotecario, crédito de desarrollo, crédito BDH (Bono de Desarrollo Humano)

Créditos especiales: entre estos créditos sobre ahorro a plazo fijo y crédito grupal o solidario.

Crédito Ordinario

Los socios de Fondvida pueden acceder a un crédito ordinario para fines tales como:

- Mejoramiento de la vivienda, fortalecimiento o inicio de negocio, compra de bienes, y otros a ser evaluados por los asesores de crédito de la cooperativa.
- El crédito ordinario está sujeto al compromiso de ahorro, esto significa que paralelamente al pago del crédito otorgado se destinará una cantidad mensual a ser depositada como ahorro, con la intención de crear una “cultura de ahorro” que genere un patrimonio financiero para el asociado.

Beneficios:

- Monto máximo en crédito ordinario por primera vez, de hasta 2.000 dólares.
- Monto máximo en crédito ordinario a partir de la segunda vez, hasta de 6.000 dólares sujeto al cumplimiento del pago de cuotas puntuales y el compromiso de ahorro acordado.
- Tasa de interés a pagar sobre saldos.
- Cuota mensual fija sobre el monto otorgado.
- El plazo de pago del crédito ordinario se establecerá posterior al análisis socio-económico del solicitante.

Crédito automático

Beneficios:

- Acceso inmediato al crédito.
- Monto máximo a solicitar, 400 dólares pagaderos a 4 meses.
- Tasa de interés a pagar sobre saldos.

Crédito hipotecario

Dirigido para propietarios de inmuebles que requieren un préstamo para solventar otras necesidades.

Beneficios:

- No requiere garante.
- Tasa de interés a pagar anual sobre saldos.
- Monto, máximo de préstamo 6.000 dólares.
- El plazo a pagar, dependerá de análisis socio económico del socio.
- En un segundo crédito y posteriores, no requieren renovación de la constitución de la hipoteca.
- La constitución de la hipoteca es la garantía del préstamo

Crédito de desarrollo

Dirigido para organizaciones sociales como: comités barriales, grupos de mujeres, centros infantiles y grupos de jóvenes cuyo dinero deberá orientarse al fortalecimiento y desarrollo de la organización.

Beneficios:

- Tasa de interés a pagar 9% anual sobre saldos.
- Monto a ser otorgado hasta 10.000 dólares.
- El plazo a pagar dependerá de un análisis del flujo financiero de la organización.

Crédito BDH (bono de desarrollo humano)

Beneficios:

- Dirigido a personas que reciben el bono de desarrollo humano.
- Durante el período de pago los socios no recibirán la cuota mensual de BDH, la cual se transfiere a la institución como pago del crédito.
- No requiere garante.
- Monto de hasta 796,84 dólares máximo.
- Plazo máximo de pago 24 meses.
- Tasa de interés 9% anual sobre saldos.

Créditos especiales

Crédito sobre ahorros a plazo fijo

Beneficios:

- La garantía requerida es el ahorro a vista o plazo fijo que el socio mantiene en la cuenta.
- Monto de inversión hasta un 80% del valor que mantiene en ahorro a vista o plazo fijo.
- El plazo de pago dependerá de análisis socio económico del socio.
- Tasa a pagar 20% anual sobre saldos.

Crédito grupal y/o solidario

Línea de crédito orientada a personas de sectores comunitarios imposibilitados de conseguir un garante individual. Las características de este crédito atienden a la conformación de grupos de personas conocidas, cuyo principal valor es la confianza y el conocimiento de las actividades que cada uno realiza, esto les permitirá acceder a créditos individuales pero con garantía grupal solidaria.

Además es necesario el compromiso del grupo para recibir capacitaciones mensuales por parte del equipo de Fondvida en temas de desarrollo comunitario, cuyo objetivo es que los integrantes dejen de ser agentes pasivos dentro de su barrio y pasen a ser colaboradores en el ejercicio de la ciudadanía.

Beneficios:

- El monto por primera vez es hasta 1.000 dólares y progresivamente hasta 2.000 dólares.
- La tasa de interés es de 16% anual sobre saldos.

CAPITULO III

DIÁGNOSTICO DE RSC EN LA COAC FONVIDA DESDE UNA PERCEPCION DE SUS CLIENTES, EMPLEADOS, DIRECTIVOS Y SOCIEDAD.

3.1 Diagnóstico de RSC en la COAC FONDVIDA

En todo proceso de investigación se requiere definir las estrategias, procedimientos a aplicarse para dar respuesta a los objetivos de investigación propuestos, es así que el presente capítulo se enfocará a dar a conocer el análisis de los resultados obtenidos con la aplicación de las encuestas que se aplicaron a los principales stakeholders de la cooperativa como son (clientes, empleados, directivos y a la sociedad), cabe mencionar que la encuesta fue realizada y validada por los docentes de la titulación de Banca y Finanzas.

Las encuestas aplicadas captan información acerca de qué opinión o percepción tienen los stakeholders acerca de los temas de RS que tiene la cooperativa.

Con la información recolectada se puede realizar la caracterización o diagnóstico de la situación real de la cooperativa en temas de RS y con ello proponer alternativas de solución en temas de RS.

Para el presente trabajo se utilizó la investigación descriptiva que contribuyó en la búsqueda de información que permita conocer situaciones y actitudes predominantes dentro del grupo de clientes de la cooperativa analizada.

Para el presente trabajo se utilizó la investigación cualitativa que permitió la obtención de información de interés de parte de los directivos y empleados, etc., así también, la investigación cuantitativa ayudó a la obtención de resultados.

La investigación de campo (encuesta) facilitó la obtención de información directamente de la realidad social, apoyado por el diseño documental (cuestionario), recogiendo datos de manera directa en el ambiente de la Cooperativa FONDVIDA.

3.2 Población y muestra

- Directivos. Para este segmento se consideró a la población total del grupo de directivos: gerente, subgerente, director, etc.

- Empleados. En este grupo también se tomó en cuenta a los empleados que laboran en la institución financiera.
- Clientes. De la base de datos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito FONDVIDA se obtuvieron los registros de los clientes, correspondiente a 8000 personas.
- Sociedad. De los resultados del VII Censo de Población y Vivienda del Ecuador se tomaron los datos correspondientes al cantón Quito.

3.3 Resultados de los instrumentos de campos aplicados

La muestra obtenida de clientes, empleados, directivos y sociedad, se obtuvo de la siguiente manera:

3.3.1 Clientes

La población para la aplicación en la COAC se la puede determinar tomando la base de clientes activos con la que cuenta es decir 8000, siendo estos el universo.

Para obtener el tamaño de la muestra en este segmento se aplicó la fórmula estadística para poblaciones finitas, misma que se detalla a continuación:

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

Dónde:

N = 8000 socios – clientes activos

Z α = 97% de seguridad (2,17)²

p = proporción esperada 50%

q = 1 – p

d = 5% precisión

Aplicada la fórmula el tamaño de la muestra da un resultado de 445 encuestas.

PREGUNTA N° 01

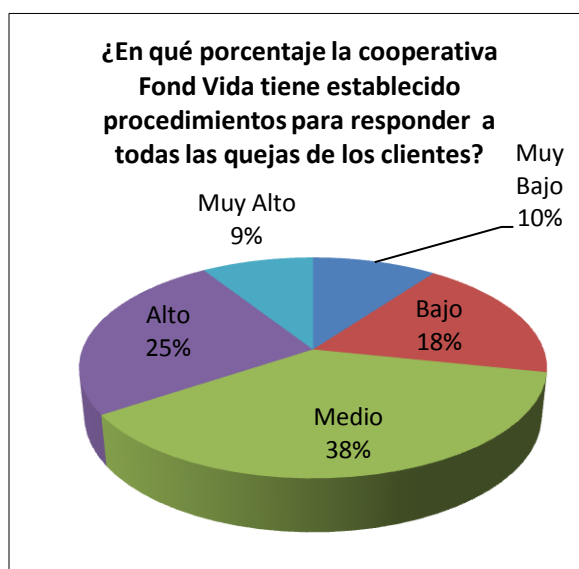
¿En qué porcentaje la cooperativa Fondvida tiene establecidos procedimientos para responder a todas las quejas de los clientes?

Respuesta	Porcentaje
Muy Bajo	10
Bajo	18
Medio	37
Alto	25
Muy Alto	9
Total	100
Total	445

TABLA 1

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 1

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

Es importante conocer la opinión que los clientes tienen de la responsabilidad social aplicada en las instituciones financieras es por eso que en el caso de COAC Fondvida revisaremos como califican los clientes a la institución que pertenecen.

De la muestra de 445 socios-clientes, nos indica que el 37 % de los encuestados califican a COAC Fondvida con un porcentaje medio en procedimientos establecidos para responder a todas las quejas de los clientes; el 25% y 9% afirma que la COAC tiene un porcentaje alto y muy alto respectivamente.

Es decir que a la COAC sigue trabajando.

PREGUNTA N° 02

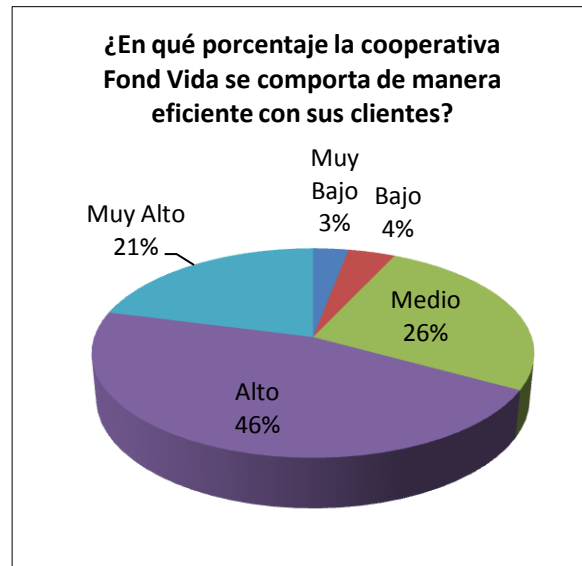
¿En qué porcentaje la cooperativa Fondvida se comporta de manera eficiente con sus clientes?

Respuesta	Porcentaje
Muy Bajo	3
Bajo	4
Medio	26
Alto	46
Muy Alto	21
Total	100
Total	445

TABLA 2

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 2

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVDIDA

Elaborado por: La autora

El 46 % de los sujetos a encuesta independientemente de su edad califican a Fondvida con un porcentaje alto a la manera de cómo se comporta eficientemente con sus clientes; y 21% califican a su institución con un porcentaje muy alto, representando así más del 50% de sus clientes satisfechos con su comportamiento.

Indicando también que se está trabajando para dar prioridad al momento de destinar recursos para atender a sus clientes y por tal razón sus clientes se muestran conformes en gran medida.

PREGUNTA N° 03

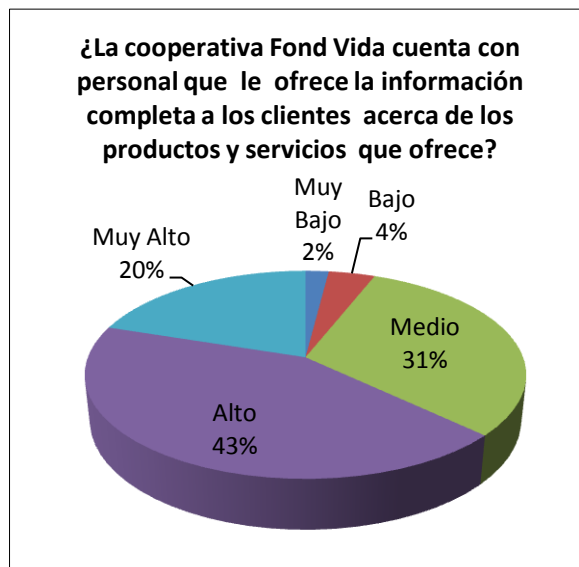
¿La cooperativa Fondvida cuenta con personal que le ofrece la información completa a los clientes acerca de los productos y servicios que ofrece?

Respuesta	Porcentaje
Muy Bajo	2
Bajo	4
Medio	31
Alto	43
Muy Alto	20
Total	100
Total	445

TABLA 3

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 3

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

La satisfacción de los clientes se ve reflejado en el cuadro 3 con el 43 % de los encuestados califican la atención del personal de Fondvida con un porcentaje alto debido a que cuando se acercan a pedir información sobre los productos y servicios que esta ofrece, el personal se encuentra capacitado para

responder a cualquier inquietud; el 20% dan una calificación de muy alto. Sin embargo existe un porcentaje de calificación con el carácter de muy bajo, bajo, y medio, dándonos a conocer que la COAC aún debe trabajar en este ámbito con capacitaciones de atención al cliente.

PREGUNTA N° 04

¿La cooperativa mide el nivel de satisfacción de sus clientes con un indicador de mejora continua?

Respuesta	Porcentaje
Muy Bajo	3
Bajo	4
Medio	26
Alto	46
Muy Alto	21
Total	100

Total

TABLA 4

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 4

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

Más del 50% de nuestra muestra de investigación califican a Fondvida en un porcentaje alto y muy alto cuando se les pregunto si la COAC mide la satisfacción de los clientes con un indicador de mejora continua y acotaron que Fondvida muestra interés por conocer el bienestar de sus clientes.

PREGUNTA N° 05

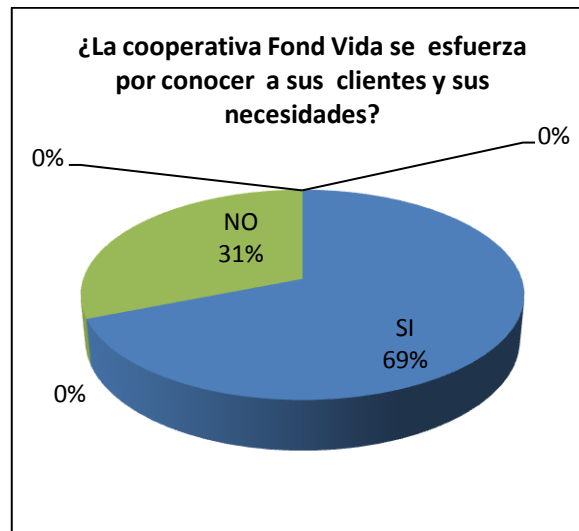
¿La cooperativa Fondvida se esfuerza por conocer a sus clientes y sus necesidades?

Respuesta	Porcentaje
SI	69,0
NO	31,0
Total	100
Total	445

TABLA 5

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 5

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

Como se había mencionado en el párrafo anterior los clientes sujetos a la presente investigación más del 50% se mostraba contento por el trabajo que realiza la COAC, es así que en el cuadro 5 nos muestra que el 69% de los clientes en la actualidad, “Si” se ven beneficiados en el interés que tiene Fondvida por conocer a sus clientes y sus necesidades; pero cabe recalcar que existe una minoría de los clientes dijeron que “No”.

3.3.2 Directivos

Para este segmento se ha realizado un censo debido a que el número de los directivos es muy pequeño (6) y se puede aplicar fácilmente.

De acuerdo al censo realizado a 6 directivos de COAC Fondvida los resultados fueron los siguientes:

PREGUNTA N° 01

¿La cooperativa ha indicado sus grupos de interés y los ha priorizado en función de su relevancia para la organización?

Respuesta	Porcentaje
SI	100,0
NO	0,0
TOTAL	100,0

TABLA 6

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 6

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

El 100% de sus directivos afirman que Fondvida “si” tiene identificado sus grupos de interés y los ha priorizado en función de su relevancia para la organización, volviéndose así más factible cumplir con la visión y misión de la Institución Micro financiera.

PREGUNTA N° 02

¿La dirección de la cooperativa se involucra activamente en las relaciones con los grupos de interés y se integran las necesidades y expectativas de estos en los sistemas de gestión de la organización?

Respuesta	Porcentaje
SI	83,3
NO	16,7
TOTAL	100,0

TABLA 7

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 7

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

En cuanto a dirección 83.3 % de los directivos afirma que la cooperativa se involucra activamente en las relaciones con los grupos de interés y se integran las necesidades y expectativas de los mismos en los sistemas de gestión de la institución, sin embargo, hubo uno de los directivos que dijo que no involucrarse en las relaciones con los grupos de interés representando así el 16,7%.

PREGUNTA N° 03

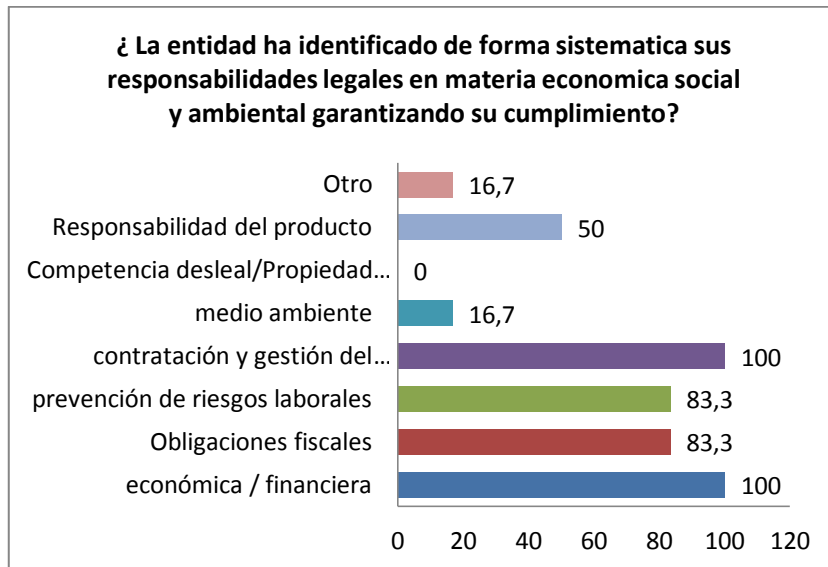
¿La entidad ha identificado de forma sistemática sus responsabilidades legales en materia económica social y ambiental garantizando su cumplimiento?

Respuesta	Porcentaje
económica / financiera	100,0
Obligaciones fiscales	83,3
prevención de riesgos laborales	83,3
contratación y gestión del personal	100,0
medio ambiente	16,7
Competencia desleal/Propiedad industrial	0,0
Responsabilidad del producto	50,0
Otro	16,7

TABLA 8

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 8

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

El cuadro 8 muestra que Fondvida tiene identificado sus responsabilidades legales en materia económica y ambiental garantiza su cumplimiento el 100% en materias como económica/financiera y contratación y gestión del personal; seguido por 83,3% en materias como prevención de riesgos fiscales y obligaciones fiscales; el 50% en materia de responsabilidad del producto que se ofrece.

Es así que a la vez refleja que en materia de medio ambiente y otros refleja un desempeño del 16,7%; y, no trabaja en el tema de competencia desleal / propiedad industrial.

De esta manera se puede decir que la COAC concentra sus esfuerzos en cumplir a cabalidad con la legislación en tema económica y con sus colaboradores pero le falta mucho para cumplir con el medio ambiente y otros segmentos como es el caso de la sociedad en general.

PREGUNTA N° 04

¿Cuáles de los siguientes pasos para la implementación de la RSC ha cumplido su empresa?

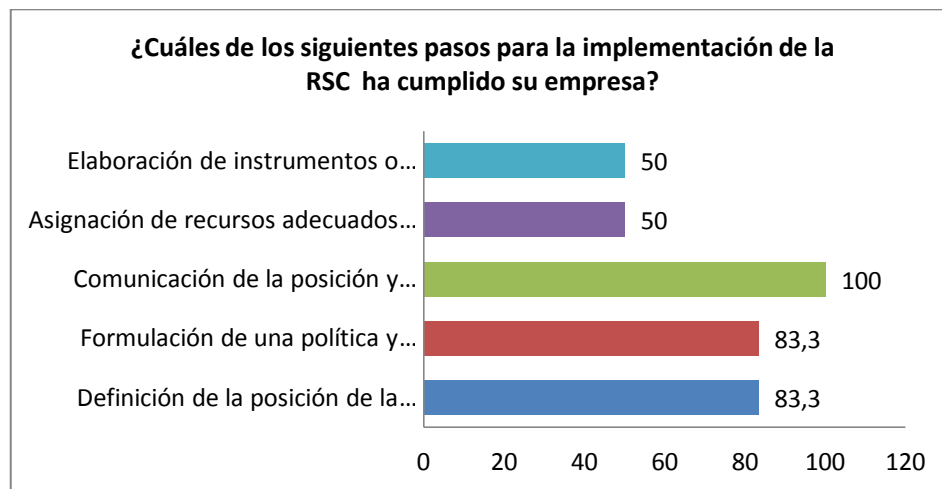
Respuesta	Porcentaje
Definición de la posición de la organización respecto a la RSC	83,3
Formulación de una política y estrategia en RSC	83,3
Comunicación de la posición y política en RSC	100
Asignación de recursos adecuados para la implementación de RSC	50
Elaboración de instrumentos	50

o medios para la implementación de la RSC	
---	--

TABLA 9

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 9

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

De acuerdo a la interrogante planteada los la opinión de los directivos fue que para implementar la RSC la COAC ha cumplido con todos los pasos pero como nos muestra el cuadro 9 uno de los pasos que más ha puesto en práctica es la comunicación de la posición y política en RSC con 100% de cumplimiento; seguido por los pasos de formulación de una política y estrategia de RSC y definición de la posición de la organización respecto a RSC cumpliendo con un 83,3%; y, como pasos finales y en menor porcentaje la elaboración de instrumentos o medios y asignación de recursos adecuados para la implementación de RSC.

De esta manera se hace notorio que el mayor problema que presenta la COAC para implementar la RSC en la institución es cierto desconocimiento para elaborar instrumentos o medios para implementar la RSC, así como también la falta de recursos destinados para la elaboración de estos.

PREGUNTA N° 05

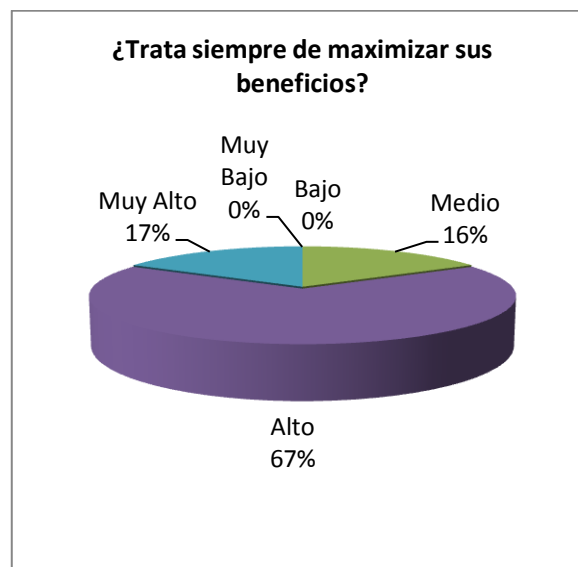
¿Trata siempre de maximizar sus beneficios?

Respuesta	Porcentaje
Muy Bajo	0,0
Bajo	0,0
Medio	16,7
Alto	66,7
Muy Alto	16,7
TOTAL	100,0

TABLA 10

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 10

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

La lista de beneficios o perjuicios es considerable, dependiendo del tipo de empresa, de la parte interesada de que se trate y del lugar que ésta ocupa socialmente.

Los directivos de Fondvida opinan que su institución busca maximizar su beneficio siempre es por eso que el cuadro 10 nos muestra que el porcentaje tiende de una calificación de medio a muy alto independiente de la parte interesada.

PREGUNTA N° 06

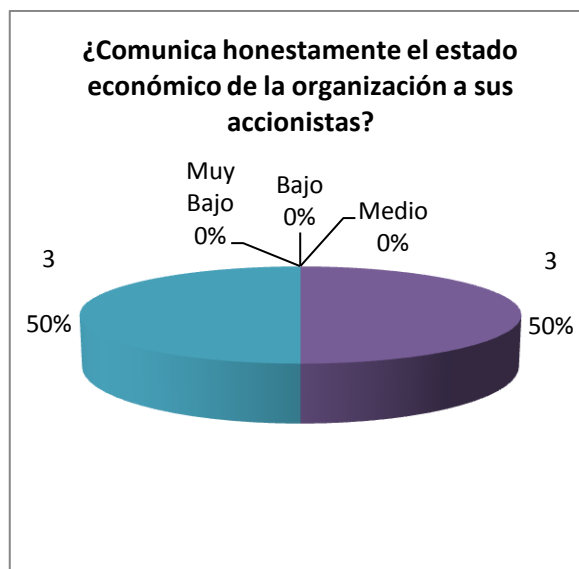
¿Comunica honestamente el estado económico de la organización a sus accionistas?

Respuesta	Porcentaje
Muy Bajo	0,0
Bajo	0,0
Medio	0,0
Alto	50,0
Muy Alto	50,0
TOTAL	100,0

TABLA 11

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 11

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

De acuerdo al cuadro 11, el 50% de los encuestados coinciden en que Fondvida comunica honestamente el estado económico de la organización a sus accionistas en un nivel alto y el 50% en nivel muy alto.

Es así que la COAC trabaja en armonía y de esta manera demuestra la RS ante sus accionistas, maximizando sus beneficios de forma global ya que existe honestidad desde el corazón de su organización.

PREGUNTA N° 07

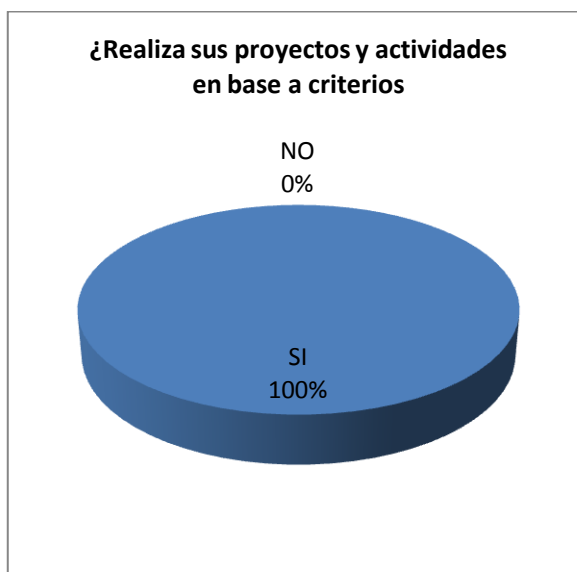
¿Realiza sus proyectos y actividades en base a criterios de RSC?

Respuesta	Porcentaje
SI	100,0
NO	0,0
TOTAL	100,0

TABLA 12

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 12

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDDVIDA

Elaborado por: La autora

Fondvida “si” práctica sus proyectos y actividades en base a criterios de RS en un 100% ya que desde los inicios de la organización este fue su principal objetivo y de esta manera se ha mantenido a través del tiempo, maximizando sus beneficios en cada uno de sus grupos de interés.

PREGUNTA N° 08

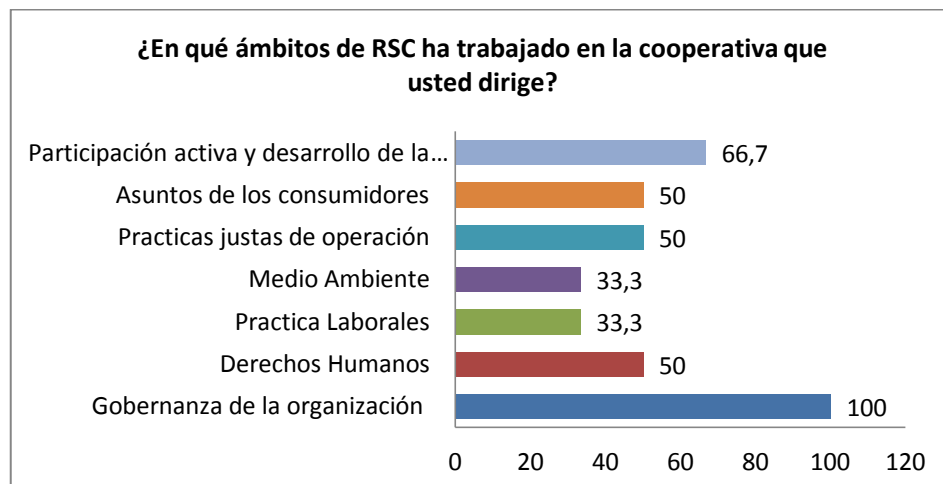
¿En qué ámbitos de RSC ha trabajado en la cooperativa que usted dirige?

Respuesta	Porcentaje
Gobernanza de la organización	100,0
Derechos Humanos	50,0
Practica Laborales	33,3
Medio Ambiente	33,3
Practicas justas de operación	50,0
Asuntos de los consumidores	50,0
Participación activa y desarrollo de la comunidad	66,7

TABLA 13

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 13

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

El 100% de los directivos ha trabajado en el ámbito de gobernanza de la organización, el 66,7% ha trabajado en la participación activa y desarrollo de la comunidad, el 50% ha trabajado en el ámbito de derechos humanos, practicas justas de operación y asuntos de los consumidores; y el 33,3% ha trabajado alguna vez en el ámbito de prácticas laborales y medio ambiente.

Es decir que los directivos de Fondvida trabajan activamente en los diferentes ámbitos de RSC sin embargo hace falta enfocarse un poco más en las prácticas laborales y el medio ambiente ya que estos ámbitos son claves para sus grupos de interés y podría generar valor agregado en la cadena de valor además de cumplir con la legislación vigente.

PREGUNTA N° 09

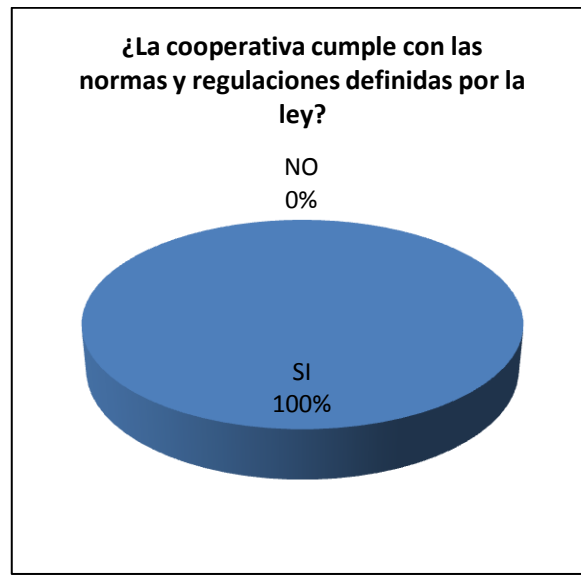
¿La cooperativa cumple con las normas y regulaciones definidas por la ley?

Respuesta	Porcentaje
SI	100,0
NO	0,0
TOTAL	100,0

TABLA 14

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 14

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDDVIDA

Elaborado por: La autora

El 100% de los directivos encuestados coinciden con que la COAC si cumple con las Normas y regulaciones definidas por la Ley, afirmándose de esta manera el trabajo que realizan los directivos en el ámbito de la gobernanza de la organización, cabe mencionar que la responsabilidad social va más allá del mero cumplimiento legislativo, sino debe ser un accionar voluntario de cada institución en donde los grupos de interés que giren en el entorno de ésta se vean beneficiados.

PREGUNTA N° 10

¿La cooperativa cumple con las relaciones contractuales adquiridas con todos los grupos con los que se relaciona?

Respuesta	Porcentaje
SI	100,0
NO	0,0
TOTAL	100,0

TABLA 15

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 15

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

Si bien es cierto que la responsabilidad social incluye a todos los grupos de interés el cuadro 15 nos muestra que Fondvida cumple al 100% con las relaciones contractuales adquiridas con todos los grupos con los que se relaciona permitiendo de esta manera crecer de forma eficiente y permanente, a pesar de la falta de asignación de recursos.

PREGUNTA N° 11

¿La cooperativa Fondvida está comprometida con principios éticos bien definidos?

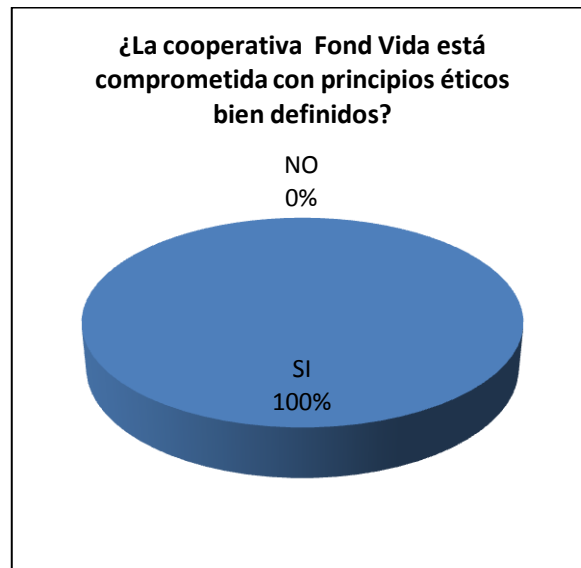
Respuesta	Porcentaje
SI	100,0
NO	0,0

TOTAL	100,0
-------	-------

TABLA 16

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 16

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

La institución debería tener un comportamiento ético en todo momento es por eso que al crecer de manera eficiente y permanente COAC Fondvida se compromete con principios éticos bien definidos en su 100% tal como nos muestra el grafico anterior, lo mismo que es reflejado a través de la presente investigación, participando con casi todos sus grupos de interés y comunicando eficientemente sobre aspectos de RS en los que se encuentra la COAC.

3.3.3 Empleados

De la misma forma en el segmento de empleados se realiza un censo ya que Fondvida tiene un total de 17 empleados, los mismos que desempeñan varias funciones dentro de la institución y rotan en sus puestos de trabajo tanto en la matriz como las sucursales que esta mantiene en la ciudad de Quito.

PREGUNTA N° 01

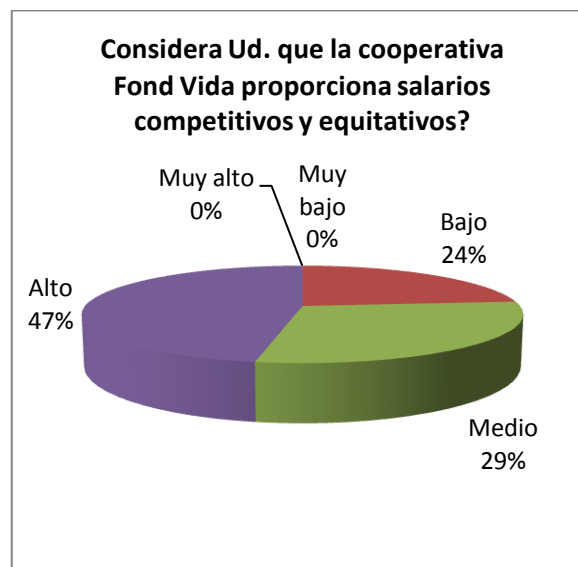
¿Considera Ud. que la cooperativa Fondvida proporciona salarios competitivos y equitativos?

Respuesta	Porcentaje
Muy bajo	0
Bajo	23,5
Medio	29,4
Alto	47,1
Muy alto	0
TOTAL	100,0

TABLA 17

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 17

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

La percepción de los empleados en el caso Fondvida el 47,10% de los empleados se sienten conformes con los salarios proporcionados por esta en un nivel Alto, el 29,4% se sienten conformes en nivel Medio y el 23,5% en nivel Bajo, haciendo notorio la cierto nivel de insatisfacción de la mayoría de los empleados,

reflejando que se está trabajando en este ámbito pero aún falta mucho para llegar a la excelencia en términos de salarios competitivos y equitativos a nivel institucional.

PREGUNTA N° 02

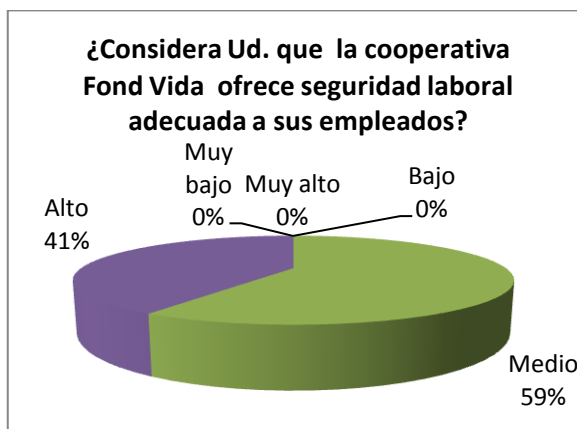
¿Considera Ud. que la cooperativa Fondvida ofrece seguridad laboral adecuada a sus empleados?

Respuesta	Porcentaje
Muy bajo	0
Bajo	0,0
Medio	58,8
Alto	41,2
Muy alto	0
TOTAL	100,0

TABLA 18

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 18

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

Es así que los empleados de la COAC ha calificado a su institución con un porcentaje medio volviendo a notarse la insatisfacción por este stakeholders puesto que 58,8 % de los empleados considera que Fondvida ofrece seguridad laboral adecuada a sus empleados en un nivel “medio”, acotando que debería mejorar en cuanto a seguridad laboral.

PREGUNTA N° 03

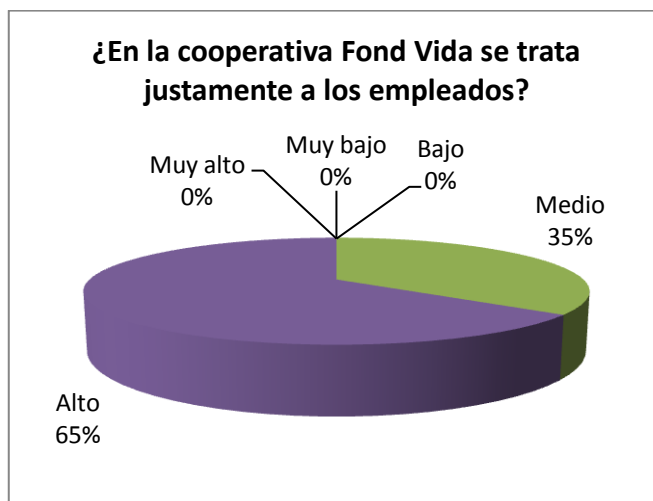
¿En la cooperativa Fondvida se trata justamente a los empleados?

Respuesta	Porcentaje
Muy bajo	0,0
Bajo	0,0
Medio	35,3
Alto	64,7
Muy alto	0,0
TOTAL	100,0

TABLA 19

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 19

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

Los empleados en su opinión y a pesar de sentir cierto grado de insatisfacción con la seguridad laboral ofrecida por Fondvida un 64,7 % de los empleados encuestados confirman que la COAC trata justamente a los empleados en nivel “alto” y 35.3% en nivel “medio”

PREGUNTA N° 04

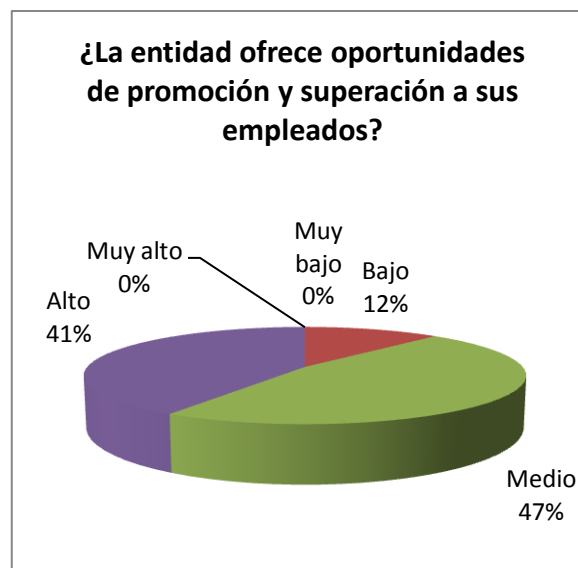
¿La entidad ofrece oportunidades de promoción y superación a sus empleados?

Respuesta	Porcentaje
Muy bajo	0,0
Bajo	11,8
Medio	47,1
Alto	41,2
Muy alto	0,0
TOTAL	100,0

TABLA 20

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 20

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDDVIDA

Elaborado por: La autora

Se puede observar que los empleados se sienten favorecidos por las oportunidades de promoción y superación; el 47,10% de los encuestados se sienten favorecidos en nivel “medio” y 41,2 % en nivel “alto” lo que genera a largo plazo mantener una fuerza laboral de calidad y mejor capacidad, pero como se había mencionado anteriormente la institución debe trabajar más en este ámbito para generar valor e ir más allá del cumplimiento legal.

PREGUNTA N° 05

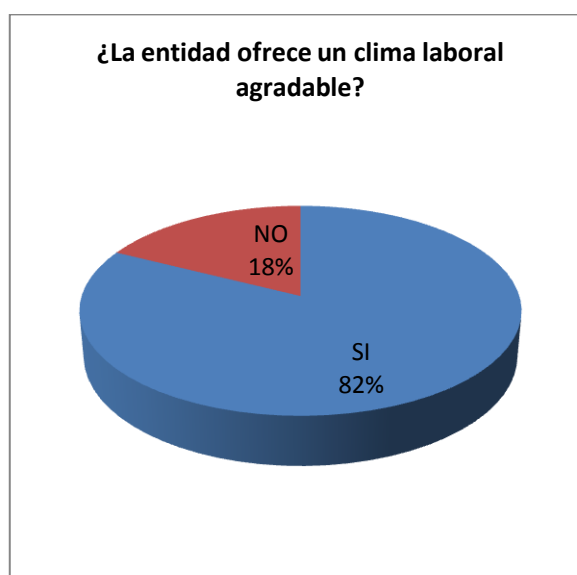
¿La entidad ofrece un clima laboral agradable?

Respuesta	Porcentaje
SI	82,4
NO	17,6
TOTAL	100,0

TABLA 21

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 21

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

Salarios competitivos, trato justo, seguridad laboral adecuada y oportunidad de superación son factores importantes que, hace que los empleados se sientan en un clima laboral agradable, lo que con la pregunta N° 05 dirigida a este stakeholder, el 82,4 % de los encuestados afirman que Fondvida “si” ofrece un clima laboral saludable a sus empleados, pero se vuelve a reflejar cierto descontento en un porcentaje minoritario como lo muestra el cuadro 21.

PREGUNTA N° 06

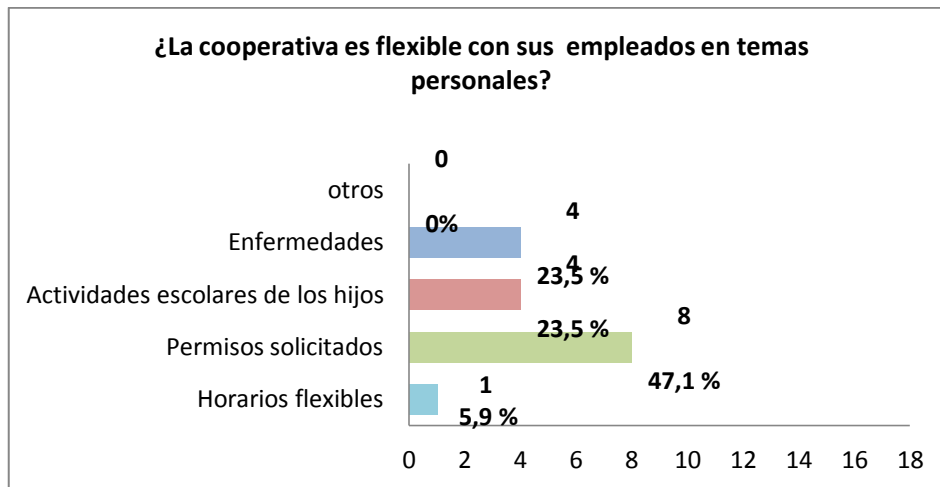
¿La cooperativa es flexible con sus empleados en temas personales?

Respuesta	Porcentaje
Horarios flexibles	5,9
Permisos solicitados	47,1
Actividades escolares de los hijos	23,5
Enfermedades	23,5
otros	0,0
TOTAL	100,0

TABLA 22

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 22

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

Los empleados al trabajar en Fondvida y al conocerse entre sí, opinan que la COAC es flexible otorgando permisos para realizar temas personales, piensan que de esta manera pueden responder a las demandas de sus colaboradores, siendo solidarios y respetando los derechos de sus empleados.

El cuadro 22 nos muestra que la flexibilidad de la cooperativa el 47,10% es en permisos solicitados sin especificar una actividad, seguido por el 23,5% de permiso para atender actividades escolares de sus hijos y enfermedades; y un 5,9% es flexible con sus horarios.

3.3.4 Sociedad

En el caso del cálculo del tamaño de la muestra para la sociedad hemos aplicado la formula estadística para poblaciones infinitas, debido a que desconocemos el número de exacto de personas que conocen a la institución:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{E^2}$$

Dónde:

$Z_{\alpha} = 95\%$ de seguridad $(1,96)^2$

p = proporción esperada 50%

$q = 1 - p$

$E = 5\%$ error

Aplicada la formula antes señalada el tamaño de la muestra ha aplicar da un resultado de 384 encuestas ha aplicar.

En las encuestas realizadas a la sociedad se ha tomado en cuenta la opinión de familiares, amigos y vecinos que alguna vez han tenido contacto con la cooperativa.

PREGUNTA N° 01

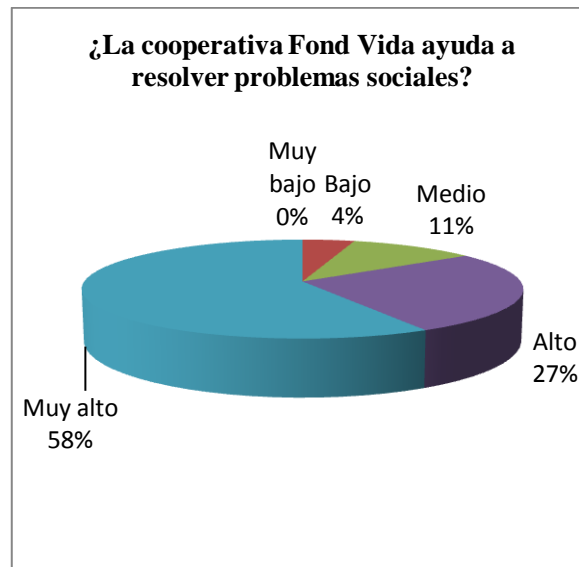
¿La cooperativa Fondvida ayuda a resolver problemas sociales?

Respuesta	Porcentaje
Muy bajo	22,9
Bajo	3,4
Medio	8,3
Alto	20,6
Muy alto	44,8
Total	100,0

TABLA 23

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 23

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

De las encuestas aplicadas a la sociedad en general arrojan que en el caso de Fondvida el 44,8% califican a la COAC con un porcentaje de muy alto; el 20,6% de alto, en su gestión para resolver problemas sociales.

Sin embargo existe un bajo porcentaje que la califican con un nivel medio y bajo, para resolver problemas sociales, esto se debe a que no tienen conocimiento de los programas que la COAC mantiene para este sector,

PREGUNTA N° 02

¿La Cooperativa Fondvida destina parte de su presupuesto a donaciones y trabajos sociales a favor de los colectivos de la sociedad más desfavorecida?

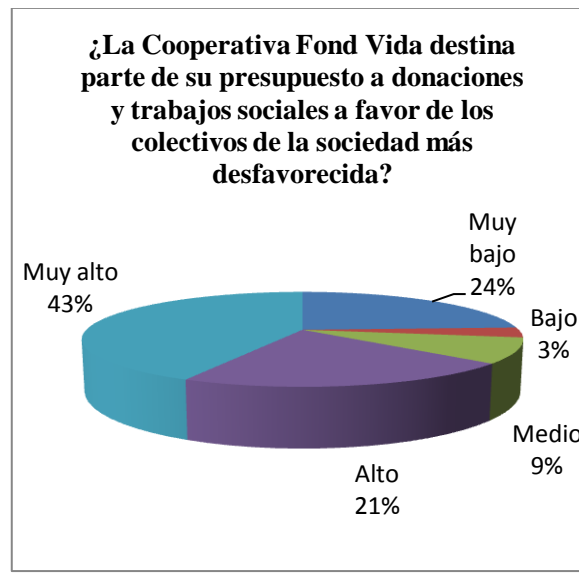
Respuesta	Porcentaje
Muy bajo	24,2
Bajo	3,4
Medio	8,6
Alto	21,1
Muy alto	42,7

Total	100,0
-------	-------

TABLA 24

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 24

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

El cuadro 24, nos indica que la sociedad más del 50% de los sujetos a encuesta concentran su opinión en calificar a la COAC en un porcentaje alto y muy alto, volviéndose a notar cierta conformidad con la labor que realiza la COAC con respecto a incluir en su presupuesto donaciones y trabajos sociales a favor de la sociedad desfavorecida.

El 24,2 %, 3,4%, y 8,6% se concentran en los porcentajes de calificación muy bajo, bajo y medio respectivamente, al igual que la interrogante anterior esto se debe al desconocimiento sobre el tema.

PREGUNTA N° 03

¿Colabora activamente en eventos sociales y culturales (música, deportes, entre otros)?

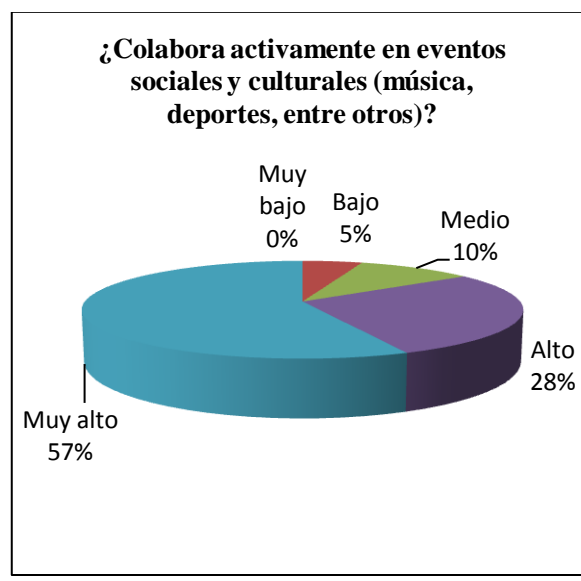
Respuesta	Porcentaje
Muy bajo	24,2

Bajo	3,9
Medio	7,6
Alto	21,4
Muy alto	43,0
Total	100,0

TABLA 25

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 25

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

El 43% de los encuestados califican a la COAC con un porcentaje muy alto en su participación en eventos sociales y culturales, 21,4% la califican con un porcentaje alto, concentrándose más del 50% con satisfacción a la labor que desempeña la COAC en la sociedad.

El 7,6% y 3,9%, que califican el desempeño con un porcentaje medio y bajo respectivamente, acotan que desconocen del tema y les gustaría que la COAC ponga en práctica algún medio de información al respecto.

PREGUNTA N° 04

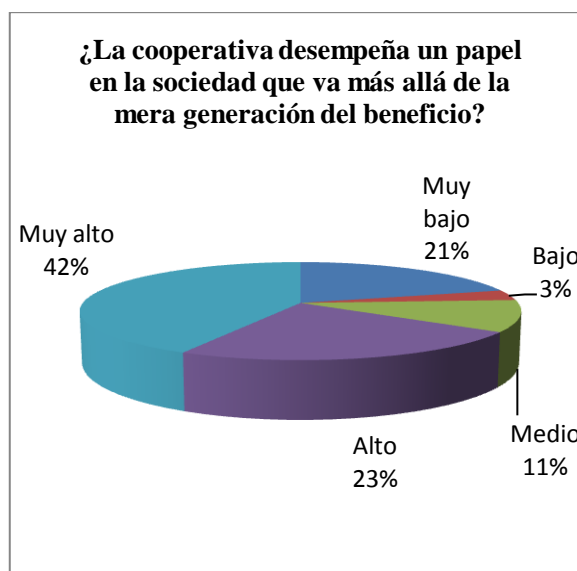
¿La cooperativa desempeña un papel en la sociedad que va más allá de la mera generación del beneficio?

Respuesta	Porcentaje
Muy bajo	20,6
Bajo	3,4
Medio	10,4
Alto	23,2
Muy alto	42,4
Total	100,0

TABLA 26

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDIVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 26

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDIVIDA

Elaborado por: La autora

La sociedad califica que a Fondvida con el 42,4% de porcentaje muy alto a su papel que desempeña en este segmento ya que se han visto beneficiados de alguna manera con los programas que ésta maneja, tanto en productos y servicios que ofrece.

PREGUNTA N° 05

¿La COAC está comprometida con la mejora del bienestar de las comunidades en las que opera?

Respuesta	Porcentaje
SI	72,9
NO	27,1
Total	100,0

TABLA 27

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 27

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONDVIDA

Elaborado por: La autora

Es parte de la responsabilidad social que toda institución se comprometa con las comunidades en las que opera es por eso que en el presente análisis la muestra sujeta a encuesta el 73 % considera que Fondvida “si” está comprometida con el bienestar de las comunidades en las que opera.

No obstante existe el 27% de los sujetos a encuesta que opinan que la COAC no se compromete con la comunidad, en concordancia con las interrogantes anteriores manifestaron que desconocen sobre el tema.

PREGUNTA N° 06

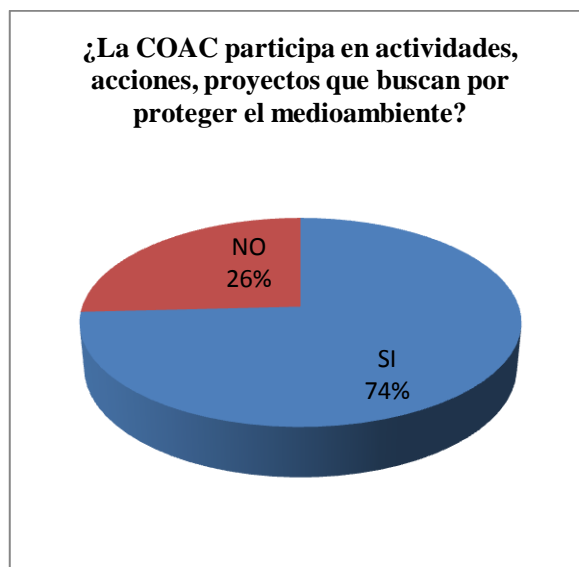
¿La COAC participa en actividades, acciones, proyectos que buscan por proteger el medioambiente?

Respuesta	Porcentaje
SI	74,2
NO	25,8
Total	100,0

TABLA 28

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora



CUADRO 28

Fuente: Encuestas De Responsabilidad Social Corporativa COAC FONVIDA

Elaborado por: La autora

En el cuadro 28, se vuelve a notar que el 74% de los encuestados en el caso de Fondvida “si” participa en actividades, acciones, proyectos que buscan proteger el medioambiente y el 26% manifestaron que “no” y que le falta mucho por contribuir en este ámbito, en el que deberían incluir la participación de la sociedad.

3.4 Identificación de las actividades de RSC que la empresa desarrolla.

Fondvida es una institución financiera enfocada en realizar programas de responsabilidad social orientada a sus STAKEHOLDERS, según la guía ISO 26.000 rescata siete temas fundamentales a la hora de definir el alcance de la RS, esta institución financiera ha venido trabajando con cinco de ellos los cuales identifican y establecen sus prioridades , ellos son:

- ✓ **Gobernanza de la Organización;** La COAC ha venido trabajando en este proceso con todo el personal que integra Fondvida, teniendo la autoridad y responsabilidad de lograr los objetivos de la organización diseñados para poner en práctica los principios de la responsabilidad social. Promoviendo la representación justa de grupos minoritarios, entre los que se incluyen mujeres y grupos raciales y étnicos, en cargos directivos de la organización y manteniendo un registro de las decisiones para asegurar que se lleven a cabo y determinar la responsabilidad por los resultados de las actividades de la organización, sean estos positivos o negativos.
- ✓ **Prácticas Laborales;** Incluyen contratación y promoción de trabajadores; procedimientos disciplinarios y de resolución de conflictos; transferencia y traslado de trabajadores; finalización de la relación de trabajo; capacitación y desarrollo de habilidades; salud, seguridad e higiene en el trabajo, Fondvida ha incorporado un sistema para beneficiar a los empleados por medio de capacitaciones formales e informales, preparándolos de esta manera permanentemente en el área técnica, laboral y emotiva. A estas ilustraciones no acuden todos al mismo tiempo lo hacen de manera alternada obteniendo mayor rentabilidad, eficiencia y productividad. El beneficio más reciente dado por la COAC a los empleados es un seguro de salud privado el cual es financiado en su totalidad por la institución financiera, generando valor agregado en las actividades realizadas por ellos.
- ✓ **Prácticas Justas de la Operación;** Fondvida ha trabajado en los ámbitos de anti-corrupción, participación responsable en la esfera pública, competencia justa, comportamiento socialmente responsable y en el respeto a los derechos de la propiedad. Incluye la relación que tiene la institución financiera y sus socios, clientes, competidores y las asociaciones de las cuales son miembros. Utilizando esta relación como un canal para obtener resultados positivos

proporcionando liderazgo y promoviendo la adopción de la responsabilidad social dentro de la esfera de influencia de la organización.

- ✓ **Asuntos de los consumidores;** En materia de consumidores Fondvida tienen una responsabilidad hacia sus socios. Tiene como objetivo salvaguardar el derecho de los usuarios a la privacidad, Entre ellas se incluyen brindar capacitaciones e información precisa ya sea para apertura de cuenta o créditos, usan procesos de mercadotecnia y contratación justas, transparentes y útiles para promover el consumo sostenible.
- ✓ **Participación Activa y de la comunidad;** Fondvida tiene en marcha varios programas de participación en la área de salud, educación, inversión social.
 - **Programa de salud;** Se brinda atención médica privada para los empleados y usuarios, aclarando que no todos los 8.000 clientes tienen el seguro médico este beneficio lo obtienen los consumidores que realizan microcréditos, el mismo que es cancelado en su totalidad por los mismos sin obtener ningún rédito, a diferencia con el seguro de los empleados el cual lo pagan en su totalidad la COAC.
 - **Programa Educación;** El apoyo a la educación es uno de los pilares para el desarrollo de niños, jóvenes, y personas en general para esto se desarrolla algunos proyectos enfocados a los niños y jóvenes apoyando a la educación y erradicando el trabajo infantil, uno de estos es el apoyo a guarderías o instituciones en épocas navideñas, la más reciente es el convenio con la UTE para dar apertura a los estudiantes que van a realizar pasantías pre-profesionales.
 - **Participación Activa en la Comunidad;** Fondvida organiza y apoya a grupos vulnerables para legalizar sus barrios o adoquinar sus calles, brindando un 80% en crédito y un 20% donado por la institución Fondvida, los socios de la COAC han puesto a la comunidad un fondo de emprendimiento que comprende en \$6.000 dólares, en caso de ser para emprendimiento social sería una donación.
 - **Futuros Programas;** La COAC Fondvida está proyectando realizar una escuela de liderazgo de cooperativas por el momento este programa está en estudios y sería implementado para futuros años.

3.5 Informe del diagnóstico realizado.

Definitivamente, la responsabilidad social implica más que la suma de todas las iniciativas y esfuerzos descritos. Cuando se opera en un sentido de responsabilidad social, son conducidas con un claro compromiso, honrar los valores éticos, respetar y valorar a las personas, la comunidad y el medio ambiente, crear una cultura en la que se toman decisiones de negocios responsables y en la que tanto gerentes como empleados son responsables por sus acciones, satisfaciendo las exigencias del mercado, con la innovación, calidad y el buen servicio al cliente.

Para Fondvida trabajar en gestiones que mejoren a la sociedad basadas en la responsabilidad social cada vez toma más fuerza.

Durante la elaboración de este proyecto se pudo evidenciar que uno de los inconvenientes que tiene la COAC es la falta de información que brinda a la sociedad en general, además de la falta de asignación de recursos para la implementación de responsabilidad social en los diferentes segmentos, y la inclusión de la comunidad en los diferentes proyectos RS que ésta mantiene en la actualidad.

Para concluir este informe la cooperativa debería implementar más programas de educación, salud y medio ambiente, como plan de mejoras se puede citar los siguientes:

- **Salud;** brindar atención médica no solo a los empleados sino también a sus familiares y a los clientes de la cooperativa. Una de las debilidades encontradas en este ámbito es que los clientes de la COAC sólo cierto número se ven beneficiados con un programa de salud y el seguro privado que beneficia a los colaboradores de la cooperativa es de carácter directo para estos excluyendo a sus familiares.

Considerando esto se puede mencionar que si se incluye a los hijos de los empleados de la cooperativa se puede ver beneficiada la institución al minimizar los permisos por enfermedad de sus hijos, representando uno de los grupos vulnerables.

Otra de las debilidades encontrada en este proyecto es también la falta de inclusión de la comunidad en proyectos de responsabilidad social, es por eso que uno de los proyectos en los que se podría incluir el apoyo a la Cruz Roja, y servicios de salud comunitaria,

- ✓ Mediante la donación de sangre, y concientizando cuán importante es su aporte.
- ✓ Prevención de enfermedades visuales, bucales o desparasitación
- ✓ Fomentar el deporte en las escuelas con premios representativos (computadoras, becas, etc.)

- **Educación;** desarrollar algunos proyectos, enfocados a la formación de los niños.

Una de las debilidades encontradas es la falta de información a la sociedad sobre los programas de responsabilidad social, es por eso que se considera importante el desarrollo de:

- ✓ Cursos y talleres de información sobre responsabilidad social.
 - ✓ Cursos y talleres de inclusión social que aporten a resolver problemas
 - ✓ Becas a escuelas, colegios o universidades a los hijos con mejor rendimiento académico de los empleados.
- **Medio ambiente;** trabajo con niños de escuelas que se encuentren ubicadas dentro del perímetro de la cooperativa con la plantación de árboles y la forestación son una alternativa por ser fuentes generadoras de madera, además de proteger las fuentes de agua.

En este ámbito la debilidad más notoria es la falta de inclusión de la comunidad, es por eso que la institución debería:

- ✓ Patrocinar, promover e involucrarse directamente en campañas cívicas, sociales ambientales, educativas y de beneficio a la comunidad.
- ✓ Trabajar con escuelas y colegios realizando concursos de reciclaje, con premios representativos para las instituciones.

Fondvida es una micro financiera en la cual la debilidad más importante e identificada se puede decir es la falta de asignación de recursos para llevar a cabo el desarrollo de cualquiera de los programas planteados, es por eso que la institución debería formar alianzas con instituciones de mayor tamaño para de esta manera se le haga más factible llevar a cabo la RS y en cierta manera integrar a otras instituciones o personas en el tema de RS.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

En la actualidad la RS se ha convertido en una iniciativa voluntaria, que va más allá del cumplimiento legislativo, es por eso que no se debe considerar como un tema adicional a la gestión de la empresa, sino un eje de acción de la misma.

Cada organización debe adaptar su gestión de responsabilidad social corporativa, ya sea por su tamaño o actividad que desempeñe; una acción responsable no implica necesariamente alejarse de la actividad empresarial, sino más bien, brindar bienes y servicios eficientes que contribuyan a la sociedad en general y al medio ambiente.

En Ecuador se trabaja arduamente en el tema de responsabilidad social, ya que a pesar de existir una legislación vigente al respecto el gobierno sigue incentivando su acción a nivel general.

Si bien en el presente diagnóstico se muestran las diferentes eficiencias y deficiencias en la aplicación participativa de los diferentes stakeholders. Implementar un instrumento de evaluación participativa de RS genera valor agregado para las micro financieras, permitiendo una mejor adopción y aportación en el proceso de inclusión de los diferentes programas que lleva a cabo; de esta manera permite impulsar reflexiones internas y externas de mejora.

De acuerdo al diagnóstico realizado Fondvida busca una mejora significativa en la calidad de vida de sus empleados, en función de generar mayor valor agregado para los funcionarios de la cooperativa, permitiendo de esta manera satisfacer sus necesidades y aspiraciones. Actualmente la COAC cuenta con incentivos por cumplimiento, pero aun así no cuenta con un plan específico de capacitación para sus colaboradores.

- ❖ Se puede notar que Fondvida ha desarrollado procedimientos de RS, en especial para sus clientes, comunidades donde interactúa y para sus empleados, de tal manera que le permite asegurar un crecimiento sostenido basado en niveles de satisfacción en relación con los productos y servicios prestados. Actualmente la COAC maneja programas de RS para con sus stakeholders, pero muchos desconocen de dichos programas y a la vez no han participado.
- ❖ A pesar de presentar calificaciones de medio a muy alto en las diferentes dimensiones analizadas, la cooperativa no cuenta con un registro específico sobre el tema. Es así que en el caso de los empleados son los más beneficiados, algo sumamente importante para la toma de decisiones estratégicas, además

de existir participación proactiva de todos los directivos a todo nivel. En la sociedad también se trabaja, participando no solo en servicios financieros sino también con ayudas específicas como el apoyo de eventos culturales y la participación de jóvenes con sus prácticas pre-profesionales.

- ❖ Uno de los problemas de la COAC Fondvida es que no cuenta con datos que demuestren el avance o mejora del bienestar de sus clientes, para conocer el aporte significativo que tiene la cooperativa al brindar herramientas que contribuyan al desarrollo de la sociedad; tiene una deficiencia en la asignación de recursos adecuados para su implementación y elaboración de instrumentos de la RSC, a pesar de ello siempre trata de maximizar sus beneficios.
- ❖ La COAC Fondvida cumple a cabalidad con las Normas y regulaciones definidas por la Ley además de cumplir con las relaciones contractuales adquiridas con todos los grupos que se relacionan (empleados, directivos, consumidores, entre otros.), comprometiéndose con principios éticos bien definidos.

4.2 Recomendaciones

- ❖ Se recomienda implementar un programa de capacitación donde se incluya temas de responsabilidad social que permita a la cooperativa firmar acuerdos de RS con sus empleados y viceversa, de esta manera se maximizaría el trabajo responsable en su entorno laboral.
- ❖ Se recomienda mejorar los canales de información que la COAC mantiene, especialmente con sus clientes y la sociedad en general y en temas de responsabilidad con el medioambiente, que a la vez les permita participar y aportar de alguna forma, fomentando así la inclusión y RS.
- ❖ Además se recomienda seguir informando constantemente a sus accionistas y dar a conocer al personal en general mediante capacitaciones la forma de atender a las quejas presentadas de los clientes, lo cual permitirá resolver efectivamente los problemas que puedan presentarse.
- ❖ Se recomienda realizar un estudio minucioso para la inclusión y asignación de recursos que le ayude a llevar a cabo programas de responsabilidad social que beneficien al medio ambiente, de tal manera que los socios y la comunidad en general puedan participar en ellos, buscar el aporte de instituciones grandes que le permita incluir eficientemente en su presupuesto donaciones y trabajos sociales, dentro de ello la implementación y elaboración de instrumentos de RS.
- ❖ Es importante la formulación de una estrategia que permita el cumplimiento de las recomendaciones realizadas, en el cual incluyan la participación de la sociedad para que tengan conocimiento de la responsabilidad social y de esta manera mejorar la productividad de la institución y de los sectores más desfavorecidos.

REFERENCIAS

- Color ABC. (2009). Recuperado el 05 de ENERO de 2015, de <http://www.abc.com.py/articulos/la-responsabilidad-social-empresarial-caracteristicas-e-importancia-1172257.html>
- Norma Internacional ISO 26000. (01 de Noviembre de 2010).
- Berrocal Calderón, M. (2012). *Ámbitos de acción responsabilidad social corporativa*. Recuperado el 24 de DICIEMBRE de 2014, de <http://prlpsicosociologia.blogspot.com/2012/01/ambitos-de-actuacion-de-la.html>
- Cajiga Calderón, J. F. (s.f.). *Cemefi CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA*. Recuperado el 04 de noviembre de 2014, de www.cemefi.org/esr/iages/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Fondvida. (2014). *Plan Estratégico*. Quito.
- García, F. N. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica* (2da ed.). España: ESIC Editorial.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). En *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory* (págs. 53-71). Journal Business Ethics.
- Hellriegel, J., & Solum, J. (2012). *Administración: Un enfoque basado en competencias*.
- Ibañez Jimenez, J. W. (2004). *Responsabilidad Social de la empresa y finanzas sociales, Sociedad Cultura y Educación*. Madrid, España.
- Jácome, W. (2011). *Modelo ético dinámico*. IDE Business School, Guayaquil.
- Medina, C. L., Ramírez, C. J., & Hernandez, L. A. (2008). *Teorías sobre la responsabilidad social de la empresa*.
- Reyno, M. M. (septiembre de 2006). Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva.
- Torresano, M. (2012). *Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador - 2012*. IDE Business School.
- Van Horne C., J., & Wachoswicz JR., J. M. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera* (Decimo Tercera ed.). México.
- Venza, A., & Cornejo, B. (1998). *Responsabilidad Social* (1998 ed.). (B. Cornejo, & A. Venza, Edits.) Quito.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

ANEXO I

ENCUESTA PARA CLIENTES

Estimado señor(a):

La Universidad Técnica Particular de Loja, se ha propuesto conocer, mediante este cuestionario, la opinión que tienen los **CLIENTES DE ESTA PRESTIGIOSA COOPERATIVA** acerca de la Responsabilidad Social.

DATOS GENERALES

SEXO: HOMBRE MUJER

EDAD: 18 – 24 años 25– 30 años 31 – 40 años más de 40 años

I. Datos de Identificación de la cooperativa de ahorro y crédito o de la entidad financiera.

A1 Nombre de la institución o empresa

A2 Dirección de la empresa

Especifique:

Calles

.....

1 Cantón.....

2 Provincia.....

3 Teléfono.....

En esta sección se evaluará el porcentaje de participación de Responsabilidad Social de las entidades financieras, por lo que le solicitamos responder las siguientes preguntas:

II. Responda según considere

En qué porcentaje la cooperativa Fondvida tiene establecido procedimiento para responder a todas las quejas de los clientes?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
En qué porcentaje la cooperativa Fondvida se comporta de manera eficiente con sus clientes?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
La cooperativa Fondvida cuenta con personal que le ofrece la información completa a los clientes acerca de los productos y servicios que ofrecen?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
La Cooperativa mide el nivel de satisfacción de sus clientes como un indicador de mejora continua?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
¿La cooperativa Fondvida se esfuerza por conocer a sus clientes y sus necesidades?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No				
Fecha en que se aplicó el cuestionario	Día: <input type="text"/> <input type="text"/> Mes: <input type="text"/> <input type="text"/>				

Si desea añadir algún comentario que considere relevante para los fines de este estudio, por favor hágalo a continuación:

.....

¡Muchas gracias por su cooperación!



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

ANEXO II

ENCUESTA PARA DIRECTIVOS

Estimado señor(a):

La Universidad Técnica Particular de Loja, se ha propuesto conocer, mediante este cuestionario, la opinión que usted tiene acerca de la Responsabilidad Social.

DATOS GENERALES

SEXO: HOMBRE

MUJER

EDAD: 18 – 24 años

25– 30 años

31 – 40 años

más de 40 años

I. Datos de Identificación de la cooperativa de ahorro y crédito o de la entidad financiera.

A1 Nombre de la institución o empresa

A2 Dirección de la empresa

Especifique:

Calles

.....

1Cantón.....

2 Provincia.....

3 Teléfono.....

En esta sección se evaluará el porcentaje de participación de Responsabilidad Social de las entidades financieras, por lo que le solicitamos responder las siguientes preguntas.

II. Responda según considere

La Cooperativa ha identificado sus grupos de interés y los ha priorizado en función de su relevancia para la organización

Sí

No

¿La dirección de la Cooperativa se involucra activamente en las relaciones con los grupos de interés y se integran las necesidades y expectativas de éstos en los sistemas de gestión de la organización?

Sí

No

¿ La entidad ha identificado de forma sistemática sus responsabilidades legales en materia económica, social y ambiental, garantizando su cumplimiento?

Económica/ financiera

Obligaciones fiscales

Prevención de riesgos laborales

Contratación y gestión del personal

Medio ambiente

Competencia desleal/ propiedad industrial

Responsabilidad del producto.

Otro

especifique.....

.....

¿ Cuáles de los siguientes pasos para la implementación de la RSC ha cumplido su empresa?

Definición de la posición de la organización respecto a la RSC

Formulación de una política y estrategia en RSC.

Comunicación de la posición y política en RSC

Asignación de recursos adecuados para la implementación de RSC.

Elaboración de instrumentos o medios para la implementación de la RSC.

Trata siempre de maximizar sus beneficios?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
Comunica honestamente el estado económico de la organización a sus accionistas?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
¿Realiza sus proyectos y actividades en base a criterios de responsabilidad social?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No				
¿En qué ámbitos de la Responsabilidad Social ha trabajado en la cooperativa que Usted dirige?	<input type="checkbox"/> Gobernanza de la organización. <input type="checkbox"/> Derechos Humanos <input type="checkbox"/> Prácticas Laborales <input type="checkbox"/> Medio Ambiente <input type="checkbox"/> Practicas justas de operación. <input type="checkbox"/> Asuntos de los consumidores <input type="checkbox"/> Participación activa y desarrollo de la comunidad.				
La Cooperativa cumple siempre con las normas y regulaciones definidas en la ley	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No				
La cooperativa cumple con las relaciones contractuales adquiridas con todos los grupos con los que se relaciona (empleados, proveedores, consumidores, entre otros)	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No				
La entidad está comprometida con principios éticos bien definidos?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No				

Fecha en que se aplicó el cuestionario

Día: Mes:

Si desea añadir algún comentario que considere relevante para los fines de este estudio, por favor hágalo a continuación:

.....
.....

¡Muchas gracias por su cooperación!



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

ANEXO III

ENCUESTA PARA EMPLEADOS

Estimado señor(a):

La Universidad Técnica Particular de Loja, se ha propuesto conocer, mediante este cuestionario, la opinión que usted tiene acerca de la Responsabilidad Social.

DATOS GENERALES

SEXO: HOMBRE MUJER

EDAD: 18 – 24 años 25– 30 años 31 – 40 años más de 40 años

I. Datos de Identificación de la cooperativa de ahorro y crédito o de la entidad financiera.

A1 Nombre de la institución o empresa

A2 Dirección de la empresa

Especifique:

Calles

1Cantón.....

2 Provincia.....

3 Teléfono.....

En esta sección se evaluará el porcentaje de participación de Responsabilidad Social de las entidades financieras, por lo que le solicitamos responder las siguientes preguntas:

II. Responda según considere

Considera Ud. que la cooperativa promociona salarios competitivos y equitativos?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
--	---	---------------------------------------	--	---------------------------------------	---

Considera Ud. que a la cooperativa (entidad financiera) ofrece seguridad laboral adecuada a sus empleados?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
--	---	---------------------------------------	--	---------------------------------------	---

En la cooperativa (entidad financiera) se trata justamente a los empleados, sin discriminación ni abusos?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
---	---	---------------------------------------	--	---------------------------------------	---

La entidad ofrece oportunidades de promoción y superación a sus empleados?	Muy Bajo 1 <input type="checkbox"/>	Bajo 2 <input type="checkbox"/>	Medio 3 <input type="checkbox"/>	Alto 4 <input type="checkbox"/>	Muy Alto 5 <input type="checkbox"/>
--	---	---------------------------------------	--	---------------------------------------	---

¿La entidad ofrece un clima laboral agradable? Sí
 No

¿La cooperativa es flexible con sus empleados en temas personales?

- Horarios flexibles
- Permisos solicitados
- Actividades escolares de los hijos
- Enfermedades, etc.

Fecha en que se aplicó el cuestionario Día: Mes:

Si desea añadir algún comentario que considere relevante para los fines de este estudio, por favor hágalo a continuación:

.....

¡Muchas gracias por su cooperación!



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

ANEXO IV

ENCUESTA PARA SOCIEDAD

Estimado señor(a):

La Universidad Técnica Particular de Loja, se ha propuesto conocer, mediante este cuestionario, la opinión que usted tiene acerca de la Responsabilidad Social.

DATOS GENERALES

SEXO: HOMBRE

MUJER

EDAD: 18 – 24 años

25– 30 años

31 – 40 años

más de 40 años

I. Datos de Identificación de la cooperativa de ahorro y crédito o de la entidad financiera.

A1 Nombre de la institución o empresa

A2 Dirección de la empresa

Especifique:

Calles

.....

1Cantón.....

2 Provincia.....

3 Teléfono.....

En esta sección se evaluará el porcentaje de participación de Responsabilidad Social de las entidades financieras, por lo que le solicitamos responder las siguientes preguntas:

II. Responda según considere

La cooperativa (entidad financiera) ayuda a resolver problemas sociales?	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
	1	2	3	4	5
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

La Cooperativa (entidad financiera) destina parte de su presupuesto a donaciones y trabajos sociales a favor de los colectivos de la sociedad más desfavorecida?	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
	1	2	3	4	5
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Colabora activamente en eventos sociales y culturales (música, deportes, entre otros)?	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
	1	2	3	4	5
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

La cooperativa desempeña un papel en la sociedad que va más allá de la mera generación del beneficio?	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
	1	2	3	4	5
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿La COAC está comprometida con la mejora del bienestar de las comunidades en las que opera?	<input type="checkbox"/> Sí
	<input type="checkbox"/> No

¿La COAC participa en actividades, acciones, proyectos que buscan por proteger el medioambiente?	<input type="checkbox"/> Sí
	<input type="checkbox"/> No

Fecha en que se aplicó el cuestionario	Día: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Mes: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
--	---

Si desea añadir algún comentario que considere relevante para los fines de este estudio, por favor hágalo a continuación:

.....

¡Muchas gracias por su cooperación!