



Telos  
ISSN: 1317-0570  
ISSN: 2343-5763  
wileidys.artigas@urbe.edu  
Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín  
Venezuela

## Responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador: una medición desde la web

Piedra Méndez, Andrea Fabiola; Hinojosa Cruz, Adriana Verónica; Guevara Segarra, María Fernanda; Erazo Garzón, José Felipe  
**Responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador: una medición desde la web**  
Telos, vol. 21, núm. 3, 2019  
Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, Venezuela  
**Disponible en:** <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99360575016>  
**DOI:** <https://doi.org/10.36390/telos213.07>

## Responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador: una medición desde la web

*Social responsibility in the credit unions of Ecuador: A measurement from the web*

*Andrea Fabiola Piedra Méndez*  
no tiene, Venezuela  
apiedra@ups.edu.ec

DOI: <https://doi.org/10.36390/telos213.07>  
Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99360575016>

*Adriana Verónica Hinojosa Cruz*  
no tiene, Venezuela  
avhinojosacruz@gmail.com

*María Fernanda Guevara Segarra*  
no tiene, Venezuela  
mguevara@ups.edu.ec

*José Felipe Erazo Garzón*  
no tiene, Venezuela  
jerazo@ups.edu.ec

Recepción: 06 Mayo 2019  
Aprobación: 11 Junio 2019

### RESUMEN:

Actualmente la divulgación de información en las organizaciones se da en mayor medida a través de sus páginas web. Sin embargo, la misma puede en ocasiones no ser de calidad o suficiente para revelar la responsabilidad social con sus grupos de interés. Bajo esta premisa, en la presente investigación lleva a cabo la medición de la responsabilidad social de las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador en el mes de octubre del año 2018, mediante la divulgación de información en sus páginas web. Utilizando la misma estructura del trabajo realizado por Navarro, Alcaraz y Ortiz (2010), se establecen indicadores en base a los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI), mismos que son evaluados determinando tanto su confiabilidad como validez con la ayuda de pruebas estadísticas. A través de la técnica del análisis de contenido y en base a los indicadores establecidos, se determina un índice que permite categorizar a las cooperativas según el nivel de responsabilidad social. Se concluye que, las cooperativas divulgan más prácticas relacionadas al tema económico que social, por lo que estarían relegando su esencia cooperativa, mientras que la divulgación en temas del medio ambiente es mínima. Finalmente, se determina que las cooperativas del Segmento 1 son las que mejores prácticas de responsabilidad social divulgan a través de sus páginas web.

**PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad social, divulgación, cooperativas de ahorro y crédito, ranking.

### ABSTRACT:

Nowadays the disclosure of information in organizations is mainly made through its web pages. However, sometimes it may not be of high quality or enough to reveal their responsibilities to its stakeholders. Under this premise, this investigation carries out the measurement of social responsibility of Ecuadorian credit unions in October 2018 by the disclosure of information in its web pages. Using the same structure of the work carried out by Navarro, Alcaraz and Ortiz (2010), indicators are established based on the Global Reporting Initiative (GRI). These are evaluated by determining both, their reliability and validity with the support of statistical tests. Through the technique of content analysis and based on the established indicators, an index that allows categorizing credit unions according to the level of social responsibility is established. It is concluded that the credit unions disclose practices related more to the economic issue than the social, therefore they would be relegating their cooperative essence, while the disclosure on environmental issues is minimal. Finally, it is determined that the credit unions of Segment 1 are those that disclose the best practices of social responsibility through their web pages.

**KEYWORDS:** Social responsibility, disclosure, credit unions, ranking.

## INTRODUCCIÓN

Sin duda alguna, el revelar información acerca de las actuaciones en temas de responsabilidad social, se ha convertido en una medida del *performace* social de las empresas alrededor del mundo. Rodríguez, Fuentes y Sánchez (2013), señalan que la transparencia informativa en la gestión y el comportamiento ético son consistentes con el desarrollo sostenible de una empresa, así como también contribuye a mejorar el bienestar y calidad de vida de una sociedad. Es decir, se trata entonces de justificar, por un lado, la responsabilidad de la actuación de las empresas ante la sociedad, y al mismo tiempo cumplir las expectativas de sus grupos de interés a través de la revelación de información.

Por su parte, Argadoña (2009), argumenta que cuando se habla de instituciones financieras, la transparencia de información debe ser un requisito indispensable que permita no solo el crecimiento económico, sino de valores como la confianza y credibilidad para sus clientes y la sociedad en general. Indica que la responsabilidad social es necesaria para crear y mantener la confianza en las instituciones financieras, por lo que, esto implica la obligación de divulgar información a través de reportes sociales, práctica que con el paso de los años ha sido ampliamente aceptada por las empresas del mundo.

Bajo este contexto, se puede constatar que las cooperativas de ahorro y crédito son instituciones que a través de la intermediación financiera, benefician a sus asociados a través de diferentes servicios, permitiendo mejorar la calidad de vida de miles de personas, que ven al cooperativismo como una alternativa diferente al capitalismo, y tienen especial atención en éste estudio, ya que no adoptan la responsabilidad social como una estrategia de gestión institucional, sino que se consideran por idiosincrasia socialmente responsables desde su creación. De ahí, el interés de conocer ¿Cuál es el nivel de responsabilidad social de las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador? Para contestar esta interrogante, la investigación tiene por objetivo determinar el nivel de responsabilidad social de las cooperativas de ahorro y crédito, mediante la información divulgada a través de sus páginas webs.

La estructura metodológica aplicada, se basa en los trabajos realizados por Nevado, Gallardo y Sánchez (2016), Escamilla, Plaza y Flores (2016), y Andrikopoulos y Krikilani (2013), quienes realizan investigaciones similares ayudados por las tecnologías de información y comunicación a diferentes sectores empresariales, pero en éste estudio se aplica específicamente al sector cooperativo ecuatoriano.

La estructura del artículo se compone en primer lugar por una revisión de la literatura acerca de la divulgación de información como una medida de transparencia y sostenibilidad. Además, se estudia la importancia del cooperativismo en el mundo y en la economía ecuatoriana. Posteriormente, se analiza la estructura del instrumento y los resultados de la investigación. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio.

## REVISIÓN DE LA LITERATURA

Moneva, Ortas y Acero (2013), argumentan que la influencia de diversos factores como la globalización de los mercados, una mayor sensibilidad respecto al impacto ecológico generado por la actividad económica de las empresas o los diversos escándalos financieros internacionales, han contribuido para que se dé significativa importancia a la elaboración de informes de sostenibilidad. En este sentido, Hasas, Amiri, Barzideh y Barzegar (2014), manifiestan que ha despertado un gran interés la divulgación de información no solamente económica, sino también social, ya que se hace necesario recuperar la confianza y credibilidad en los negocios, de tal manera que se contribuya a crear economías más transparentes y duraderas.

Según Rodríguez, Fuentes y Sánchez (2013), las empresas al cumplir con la responsabilidad de proporcionar información a sus grupos de interés cumplen con la necesidad de hacer visible su comportamiento y justificar su actuación ante la sociedad, y, a partir de la transparencia en el suministro de información, es decir, la rendición de cuentas, satisfacen las necesidades informativas de sus grupos de

interés. La transparencia es una de las principales exigencias dentro de las iniciativas a promover para hacer más sostenido el crecimiento económico de las empresas, y adquiere mucha más relevancia dentro del sector financiero de un país.

De acuerdo con Muñoz y Tirado (2013), la creciente preocupación por transparentar información, ha llevado a que se dicten a nivel internacional guías para la divulgación de información relacionada con la responsabilidad social. Entre las guías más relevantes se puede mencionar las de organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Banco Mundial, *Accountability*, así como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Sin embargo, la que mayormente es utilizada en la difusión de información de carácter voluntario hasta el momento, es la guía elaborada por el *Global Reporting Initiative (GRI)*.

La literatura acerca de la revelación y divulgación de prácticas de responsabilidad social es extensa, pues con el paso de los años se ha venido aplicando a los diferentes sectores empresariales, entre ellos se puede mencionar al sector público, empresas que cotizan en bolsa, instituciones financieras, entre otros (Mohamed, Hay y Van, 2018; Michelon, Pilonato y Ricceri, 2015; Navarro, Tirado, Ruiz y de los Ríos Berjillos, 2015; Pina, Torres y Acerete, 2007) y también en el sector cooperativo de crédito (Moneva et al., 2013; Rodríguez et al., 2013; Haro de Rosario, Alarcón, y Caba, 2012).

Rodríguez, Caba y López (2007), indican que, el avance generalizado en todos los niveles económicos y sociales de las tecnologías de información y comunicación, el internet se ha convertido en una herramienta de relevancia, pues permite acceder a los interesados a todo tipo de información acerca de la actuación de las empresas. En el mismo sentido, Amran (2012), menciona que las empresas han aprovechado las ventajas que trae consigo la utilización del internet como medio de comunicación con sus grupos de interés, y cada vez han generalizado la utilización de este medio para transparentar sus actuaciones, a pesar de no ser el único mecanismo.

Por otro lado, Andrikopoulos et al. (2014), establece que las prácticas de responsabilidad social pueden estar contenidas no solamente en reportes de gestión social, sino también en videos, comunicados de prensa y mensajes propios de la institución. El autor encuentra que, una página web sigue una estructura que se adapta a las necesidades de una institución y sus grupos de interés, no sigue necesariamente requerimientos regulatorios. Por lo tanto, permite analizar la verdadera identidad de una institución, de ahí la importancia y utilidad de llevar adelante esta investigación.

Wanyama, Develtere y Pollet (2009) enfatizan la importancia del modelo cooperativo, ya que este enfoque se basa particularmente en principios y valores<sup>1</sup>. Concordando con lo expuesto por Monzón (2003), este sector ha permitido que un gran número de miembros de estas instituciones se beneficien de sus servicios y puedan entre otros aspectos mejorar la calidad de vida de miles de personas que han visto al cooperativismo como una alternativa económica diferente al capitalismo.

Castilla-Polo, Gallardo-Vásquez y Sánchez-Hernández (2015) reconocen que las sociedades cooperativas como parte integrante de la economía social cuya importancia procede de la dimensión económica, también son una realidad donde las experiencias sociales, la participación democrática y la solidaridad tienen un especial significado, por ello se concuerda, que se justifica el carácter ético, social y sostenible de este tipo de entidades con los principios de sostenibilidad contemplados en la guía del GRI.

De acuerdo con Pérez (2015), en el Ecuador las cooperativas de ahorro y crédito son organizaciones que ejercen un papel importante dentro de la economía del país, ya que financian proyectos de emprendimiento, salud, educación y necesidades básicas de sus socios o clientes; además sus productos y servicios financieros están direccionados a los sectores productivos del país.

En el año 2008, estas organizaciones no representaban ni el 5% del sistema financiero nacional, sin embargo, al año 2018 representaron el 26% del sector y registran activos por la suma de 13.600 millones de dólares, demostrando así su consolidación en el mercado financiero nacional (Astudillo, 2019). Según lo explica Miño (2013), este sector tomó impulso tras la crisis bancaria de los años de 1999-2000, por lo

que representó esta circunstancia, un viraje positivo, un repunto postcrisis que fortaleció el crecimiento del sistema.

La responsabilidad social desde su núcleo más fundamental abarca dos principios, aquel que argumenta que las empresas deben preocuparse únicamente por la maximización de sus beneficios económicos (Friedman, 1970) y otro, en el que además del beneficio económico se deben tomar en cuenta factores sociales y ambientales (Davidson, 2009). Castilla et al. (2015), considera la misma situación, por lo que propone el término “triple línea de fondo” o “*triple bottom line*”, ya que evalúa aspectos ambientales, sociales y económicos de una empresa como parte de su responsabilidad social, y es dentro de este marco que guarda coherencia con los principios de sostenibilidad de la guía del GRI, y al mismo tiempo del cooperativismo.

Para Al-Najjar y Anfimiadou (2012), y Nor, Bahari, Adnan, Kamal y Ali (2016), el cuidado del medio ambiente está considerado como parte de la responsabilidad social que realizan las empresas y una estrategia para darlo a conocer ha sido la divulgación de información. Las empresas realizan la divulgación de sus prácticas medioambientales para atraer inversionistas y satisfacer la demanda de los *stakeholders*, por lo que se justifica el estudio de la dimensión del medio ambiente.

La responsabilidad social está inmersa en la esencia de las cooperativas, por lo que les dota de una ventaja competitiva frente a las demás empresas del sector. Como destaca Castilla et al. (2015), una de las ventajas más importantes dentro del ámbito social, sin lugar a duda es la persona, que en las cooperativas representa tanto a los empleados como a los socios, es decir, el capital humano; además, la moral derivada del origen de la cooperación y la responsabilidad social están enlazadas con los principios cooperativistas.

Para el GRI (2015), la dimensión económica se refiere al impacto que la organización puede tener sobre la condición económica de sus grupos de interés y sobre los sistemas económicos a nivel local, nacional y global. Las cooperativas al igual que cualquier otro tipo de empresas tienen que preocuparse por su eficiencia económica, de esta manera podrán garantizar su permanencia y supervivencia en el mercado. Estas instituciones ven más allá de simplemente la maximización del beneficio económico para sus socios, tratan de crear valor al actuar con un comportamiento ético que les permita alcanzar un desarrollo sostenible y contribuir con el crecimiento económico de su área de influencia.

Para llevar adelante la investigación, se seguirá los trabajos realizados por autores como Andrikopoulos, Samitas y Bekiaris (2014), quienes estudian la divulgación de la responsabilidad social en instituciones financieras. Así también es de especial interés la metodología de Escamilla, Plaza y Flores (2016); y Nevado, Gallardo y Sánchez (2016) quienes realizan investigaciones similares aplicados en diferentes sectores.

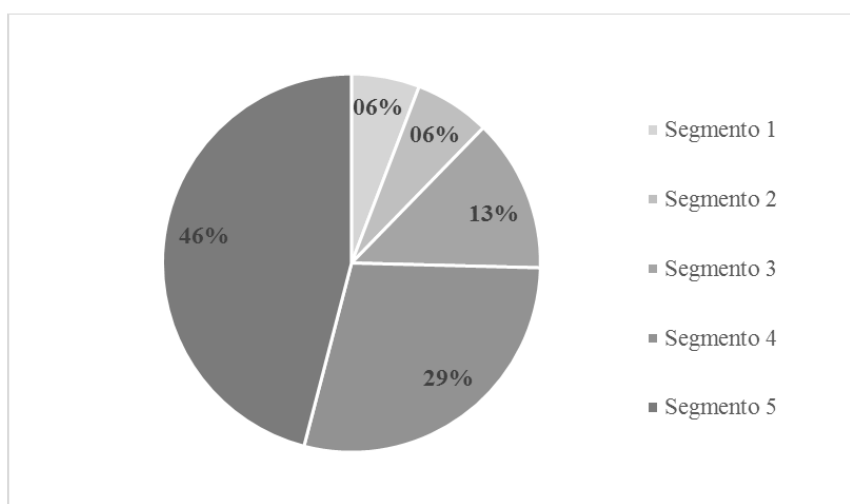
## MATERIAL Y MÉTODO

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, y determinar el nivel de responsabilidad social de las cooperativas, la población referencial de este estudio está conformada por las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador, mismas que a septiembre del año 2018 representan a nivel nacional un aproximado de 617 cooperativas como se puede observar en la Figura 1 entre los segmentos uno, dos, tres, cuatro y cinco (según el nivel de activos). Para el desarrollo de la investigación se ha delimitado aplicar a las cooperativas del segmento uno que tienen activos mayores ochenta millones de dólares y cooperativas del segmento dos que tienen activos entre veinte y ochenta millones de dólares.

Para determinar el nivel de responsabilidad social, a través de un conjunto de indicadores se aplica la técnica del análisis de contenido a la información divulgada en las páginas webs de las cooperativas del Segmento 1 y 2, a partir de las dimensiones económica, social y del medio ambiente de la *Triple Bottom Line*, y de los principios de sostenibilidad que bajo este mismo enfoque maneja el GRI.

El análisis de contenido permite analizar la realidad social a través de la observación y análisis de documentos y demás información contenida en las páginas webs de las empresas (Hasas et al., 2014). Se considera la técnica más utilizada en el ámbito de la investigación sobre el reporte social corporativo

(Rodríguez et al., 2013), y aplicada con rigor, tiene las características de una buena metodología científica (Guix, 2008). Orlitzky, Schmidt y Rynes (2003), concluyen que es una técnica válida utilizada en la investigación científica para medir la responsabilidad social.



**Figura 1 Cooperativas de ahorro y crédito por segmento**

Fuente: Elaboración propia con base en la SEPS, 2018.

Utilizando la misma estructura de los trabajos realizados por Navarro, Alcaraz y Ortiz (2010) y Navarro et al. (2015), los indicadores analizados en el estudio están agrupados en cuatro secciones:

1. **Contenidos generales:** compuesta por once indicadores que contienen información relacionada con la estrategia y análisis, perfil de la organización, participación de los grupos de interés y cuestiones de gobierno.
2. **Dimensión económica:** compuesta por cinco indicadores que analizan cuestiones relacionados con los informes financieros, transparencia, auditoría, entre otros.
3. **Dimensión del medio ambiente:** compuesta por 3 indicadores que tratan acerca de acciones relacionadas con el cuidado y protección del medio ambiente y
4. **Dimensión social:** compuesta por diecisiete indicadores que estudian temas relacionados con las prácticas laborales, derechos humanos, responsabilidad ante la sociedad y productos.

Los indicadores del instrumento fueron establecidos en base a los lineamientos de los GRI *Standards*<sup>2</sup> para la elaboración de memorias de sostenibilidad (GRI, 2019). Sin embargo, al tratarse del sector de servicios financieros específicamente, así como lo realiza Haro de Rosario et al. (2012), se incluyeron también los indicadores establecidos en el Suplemento Sectorial para Servicios Financieros del GRI.

Siguiendo el trabajo de autores como Colaço y Simão (2018), Dyduch y Krasodomska (2017), y Moneva et al., (2013), se establecen cinco alternativas que permiten medir de una manera objetiva y confiable el grado de divulgación de la información de las cooperativas (Véase Tabla 1). Se utiliza una calificación que va de 0 a 100% para describir la intensidad con que una cooperativa da a conocer sus actuaciones en materia de responsabilidad social. Teniendo en cuenta el porcentaje identificado, se procede a asignar la calificación final.

Tabla 1. Escala de medición del instrumento

Porcentaje de divulgación	Nivel de divulgación	Descripción	Número para calificación
0%	Nada	No presenta información relacionada con el indicador.	0
1%-25%	Reducida	Simple referencia de la información del indicador, escasa información en la web.	1
26%-50%	General	Presencia de información sobre el indicador, sin presentar información concreta. También puede contener recomendaciones e intenciones de realizar actividades específicas relacionadas con el tema de análisis.	2
51%-75%	Detallada	Breve explicación de las actividades relacionadas con el indicador, con algunos detalles.	3
76%-100%	Muy Detallada	Información muy completa sobre las actividades relacionadas con el indicador, especificando cómo se realizaron o los resultados obtenidos.	4

Fuente: Elaboración propia.

Luego de analizar la información en las páginas web, se determinan el Índice de Divulgación de Responsabilidad Social (IDRS) a través de una fórmula que utiliza la metodología de evaluación revisada en estudios similares (Bonsón & Escobar, 2004; Haro de Rosario et al., 2012; Travassos, 2014).

$$IDRS = \frac{\sum_{i=1}^n ir_i}{Mi} \times 100$$

La fórmula identifica como  $n$  al número total de indicadores, mientras que  $ir$  representa la puntuación del indicador,  $i$  es igual al  $i$ -ésimo indicador del índice y  $Mi$  representan la puntuación máxima del índice.

Autores como Dyduch y Krasodomska (2017) y Rodríguez et al. (2013) proponen establecer subíndices para cada una de las secciones que componen el índice general. El subíndice se calcula sumando la puntuación de cada indicador por cooperativa, y luego dividiendo esto, para el total de indicadores multiplicados por la máxima calificación que se podría obtener. Finalmente, el IDRS se aplica de la misma manera que los subíndices.

Navarro et al. (2010); Rodríguez et al. (2007) y Rodríguez et al. (2006), una vez que establecen de forma similar a la mencionada los subíndices, determinan un peso para ponderar cada una de las dimensiones en partes iguales y determinar el índice general, sin embargo, Nevado et al. (2016), y Navarro et al. (2010), cuestionan rigurosamente el procedimiento, argumentando que para determinar de una manera correcta el peso de cada dimensión se debería realizar otra investigación, para que los resultados sean correspondientes a los intereses de los individuos que se analizan. Por lo tanto, para evitar arbitrariedades inherentes al proceso de investigación, es más adecuado utilizar índices no ponderados como se realiza en el presente estudio.

## RESULTADOS

Para evaluar la consistencia interna del instrumento, se aplica la técnica del alfa de Cronbach que, según George y Mallery (2003) citado en Frías-Navarro (2014), los resultados de dicho coeficiente deben ser superiores a 0,90, ya que al tener esta carga los indicadores estaría inter-correlacionados. Es decir, cuando el coeficiente alfa es mayor a 0,90 se considera excelente (contenidos generales, dimensión social), mientras que resultados mayores a 0,80 según los autores se considera como bueno (dimensión medio ambiente), mientras que un valor de 0,60 puede ser considerado aceptable para escalas con menos de diez ítems (0,686 dimensión económica, véase Tabla 2).

**Tabla 2. Confiabilidad del instrumento de medición**

Dimensiones de la RSE	Nº de elementos	Valor Alfa de Cronbach
Contenidos generales	11	0,913
Dimensión económica	5	0,686
Dimensión medio ambiente	3	0,894
Dimensión social	17	0,943

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos en SPSS versión 2.2.

Además, se aplica análisis factorial con el objetivo de verificar la validez del instrumento y determinar la correlación entre indicadores. Se consideró como método de extracción el análisis por componentes principales y se utilizó el método de rotación varimax. En la Tabla 3 se presenta los resultados por cada sección analizada de la prueba Kaiser-Meyer-Olkin y el test de esfericidad de Bartlett.

Los valores de la prueba KMO señalan que los indicadores considerados en cada una de las secciones analizadas guardan una relación adecuada entre sí. De la Fuente (2011) manifiesta que este índice se utiliza para comparar las magnitudes de los coeficientes de correlación parcial, si el resultado es igual o mayor a 0,75 se considera correcto o adecuado; si es mayor o igual a 0,50 se considera aceptable y si es menor a 0,50 se considera inaceptable realizar un análisis factorial.

**Tabla 3. Validez instrumento de medición**

SECCIÓN	KMO	BARTLETT Sig.
Contenidos generales	0,790	0,000
Dimensión medio ambiente	0,706	0,000
Dimensión social	3	0,894
Dimensión social	17	0,943

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos en SPSS versión 2.2.

De igual manera, el autor indica que la prueba de Bartlett contrasta, si la matriz de correlación de las p variables observadas son una matriz de identidad, por lo tanto, si se confirma lo mencionado, significa que las inter-correlaciones entre las variables son cero. En este caso los resultados son menores a 0,05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se verifica la existencia de variables con correlaciones altas.

Analizada la confiabilidad y validez del instrumento, se establece el IDRS y se procede a categorizar a las cooperativas de cada segmento. De las treinta cooperativas que conforman el Segmento 1 varias se ubican dentro del nivel 4, siendo éstas las que tienen el mayor nivel de responsabilidad social (Véase Tabla 4).

La categorización realizada permite tener una idea clara del ranking cooperativo desde un punto de vista social, diferente al comúnmente utilizado que categoriza a una cooperativa por el nivel de activos, teniendo en cuenta la importancia de medir o identificar el cumplimiento de la identidad cooperativa de ser socialmente responsable desde su nacimiento. Para la categorización fueron consideradas en total las treinta cooperativas que conforman el Segmento 1.



**Tabla 4. Categorización de cooperativas del Segmento 1**

Nivel de RS	Cooperativas	IDRS	
4 76% al 100%	De la Pequeña Empresa de Cotopaxi	96%	
	Cooprogreso	94%	
	23 de Julio	85%	
	Atuntaqui	81%	
	Tulcán	81%	
	29 de Octubre	80%	
	Vicentida Manuel Godoy	80%	
	El Sagrario	78%	
	San Franciso	75%	
	Policía Nacional	71%	
3 51% al 75%	De la Pequeña Empresa de Pastaza	67%	
	Jardín Azuayo	65%	
	Cámara de Comercio de Ambato	65%	
	De los Servidores Públicos del Ministerio de Educación y Cultura	57%	
	Santa Rosa	54%	
	Riobamba	49%	
	Juventud Ecuatoria Progresista	44%	
	Fernando Daquilema	35%	
	Pablo Muñoz Vega	35%	
	Construcción, Comercio y Construcción	33%	
2 26% a 50%	Alianza del Valle	32%	
	Oscus	30%	
	Andalucía	27%	
	Chibuleo	24%	
	Mushuc Runa	23%	
	De la Pequeña Empresa de Biblián	22%	
	1 1% a 25%	San José	21%
		15 de Abril	20%
		Ambato	20%
		Pilahuin Tío	14%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al ranking cooperativo en función del nivel de activos a octubre del 2018 (SEPS, 2018), las cooperativas más grandes del país que ocupan los tres primeros lugares, no se encuentran en el nivel 4 de responsabilidad social, sino que están entre los niveles 2 y 3.

Mientras que las cooperativas que se encuentran en los puestos 4 y 5 según el nivel de activos (Cooprogreso y 29 de Octubre), se encuentran dentro del nivel más alto según su responsabilidad social. En adelante la información muestra un equilibrio en cuanto al número de cooperativas distribuidas entre los diferentes niveles.

Para el Segmento 2 (Véase Tabla 5), fueron analizadas un total de treinta y cinco cooperativas de las cuarenta que forman en total el grupo de acuerdo con la información publicada al mes de octubre del 2018 por la SEPS. Cinco cooperativas no contaban con página web durante el mes que se realizó la medición por lo que tuvieron que ser descartadas.

**Tabla 5. Categorización de cooperativas del Segmento 2**

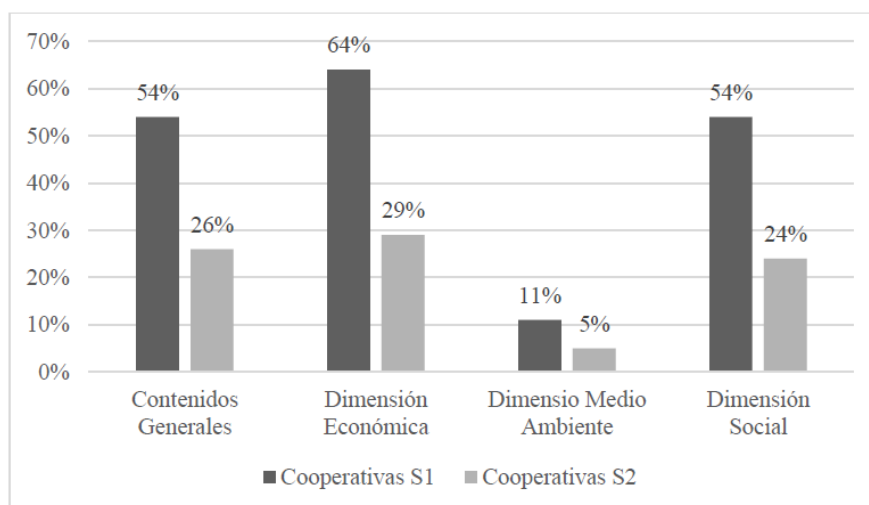
Nivel de RS	Cooperativas	IDRS	
4 76% al 100%	-	-	
3 51% al 75%	9 de Octubre	62%	
	Educadores del Azuay	58%	
	San Francisco de Asís	50%	
	Artesanos	43%	
	2 26% a 50%	Maquita Cushunchic	32%
		Guaranda	30%
		Luz del Valle	27%
		De la Pequeña Empresa Cacpe Yantzaza	27%
		Comercio	25%
		Armada Nacional	24%
		Textil 14 de Marzo	24%
		De la Pequeña Empresa Cacpe Loja	22%
		La Benéfica	22%
		Chone	20%
La Merced	18%		
Padre Julián Lorente	18%		
Santa Ana	18%		
Lucha Campesina	16%		
Calceta	15%		
Politécnica	14%		
Once de Junio	13%		
1 1% a 25%	Crea	13%	
	San Antonio Imbabura	12%	
	Coopac Austro	12%	
	Educadores de Chimborazo	11%	
	Erco	11%	
	Kullki Wasi	11%	
	Indígena Sac	10%	
	Juan Pío de Mora	10%	
	Mujeres Unidas Tantanakushka Warmikunapac	10%	
	De la Pequeña Empresa Gualaquiza	10%	
	Santa Isabel	10%	
	Más Ahorro Solidario Mascoop	9%	
	Alfon Jaramillo León	8%	
	Educadores de Loja	5%	

Fuente: Elaboración propia.

Ninguna cooperativa del Segmento 2 se encuentra dentro del nivel 4 de responsabilidad social. En este segmento se nota un claro comportamiento, ya que la mayoría de las cooperativas se ubican en el último nivel. Solamente dos cooperativas se ubican en el segundo nivel (3), donde la responsabilidad social divulgada se encuentra entre el 51% y 75%.

De acuerdo con el análisis de información divulgada por las cooperativas que se presenta en la Figura 2, se aprecia una marcada diferencia entre el nivel de responsabilidad social determinado entre los dos segmentos. El Segmento 1 es el que presenta los mejores resultados para cada una de las secciones, a diferencia del Segmento 2 que muestra niveles más bajos. La dimensión que alcanza en promedio el mayor porcentaje de

divulgación en los dos segmentos es la económica, siguiendo en medidas similares las secciones de contenidos generales y de la dimensión social.



**Figura 2 Nivel de RS de las cooperativas por secciones**

Fuente: Elaboración propia.

En los dos segmentos de cooperativas se puede apreciar una clara disminución de divulgación en temas relacionados con el medio ambiente, lo que indica la falta de prácticas relacionadas como de reciclaje, ahorro de energía y agua, gases de efecto invernadero, residuos de papel y productos informáticos, entre otros.

## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Desde el punto de vista de la sostenibilidad, la contribución de las cooperativas por la preocupación del medio ambiente está presente según lo declara el séptimo principio del cooperativismo, y como lo menciona Carrasco (2005) el interés por la comunidad deja a la vista la necesidad de un crecimiento y desarrollo en armonía con el medio ambiente. Sin embargo, los resultados encontrados en esta investigación en la dimensión del medio ambiente no son alentadores. Las cooperativas del Segmento 1, realizan en mayor medida (aunque de igual manera reducida) prácticas relacionadas con el medio ambiente como: actividades de reciclaje, ahorro de energía y reforestación de manera general.

Las cooperativas que alcanzaron los valores más altos en el IDRS, realizan de una manera más detallada y completa la divulgación de sus actividades medio ambientales, coincidiendo con Molina et al. (2009), en que las empresas más grandes y comprometidas son las que mejores resultados alcanzan en el tema ambiental. La divulgación por parte de las cooperativas del Segmento 2, es muy limitada, apoyando a estas manifestaciones los resultados negativos relacionados con el aspecto ambiental en el cooperativismo, determinados por la investigación realizada por Mathuva y Mboya (2016).

Otro hallazgo de la investigación indica que la escasa aplicación de prácticas medio ambientales en las cooperativas de ahorro y crédito estaría relacionada con el tipo de actividad que realizan, sin que esto justifique la falta de alineación de la actividad financiera con el cuidado del medio ambiente. Estos resultados estarían apoyando la investigación realizada por Wu y Shen (2013), que sugieren que las prácticas en favor del medio ambiente es nula en instituciones financieras, ya que no les ayuda a la diferenciación de marca y no contribuye al incremento en la generación de ingresos.

La esencia social, es el aspecto que representa por identidad al sector cooperativo. Al ser la base de este movimiento valores y principios, las cooperativas se convierten en actores sociales de suma importancia para contribuir al desarrollo sostenible, como lo mencionan Mozas y Bernal (2006), no tienen solo un objetivo

económico, sino también un objetivo social. Sin embargo, los resultados de la investigación revelan que los intereses económicos prevalecen sobre los sociales en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador según sus divulgaciones en la web.

Las responsabilidades económicas representan la dimensión de la que mayor información reveló las cooperativas tanto para el Segmento 1 y 2. En este sentido, las cooperativas del Segmento 1 divulgan gran información relacionada al tema como: estados financieros, calificaciones de riesgo, indicadores financieros, costos financieros, entre otros, mientras que la divulgación del Segmento 2 es escasa. En este sentido, se coincide con Puentes y Velasco (2009), en que las cooperativas cumplen con los preceptos de la dimensión económica al garantizar su sostenibilidad financiera, es decir, debe garantizar a todos sus grupos de interés su permanencia y supervivencia en el mercado a través de la oferta de sus productos y servicios.

Aragón, Iturrioz y Narvaiza (2016), indican que existe una relación directa entre la responsabilidad social y los principios y valores del cooperativos. Por lo mismo, la dimensión social en teoría es la dimensión de mayor aporte en el sector cooperativo, sin embargo, en las cooperativas de ahorro y crédito analizadas, se revela información social, sólo después de aspectos económicos.

En mayor medida se divulgan temas relacionados con la sociedad como son el apoyo y financiación a PYMES, medidas anticorrupción, cumplimiento o no de la legislación, entre otros aspectos. En menor medida los dos segmentos divulgan aspectos relacionados con la responsabilidad sobre productos, prácticas laborales y finalmente temas relacionados con los derechos humanos.

Adicionalmente, es importante revelar que el 50% de las cooperativas del Segmento 1, y el 14% de las cooperativas del Segmento 2 presentaron memorias, informes o documentos similares divulgando aspectos relacionados con su sostenibilidad, sin embargo, hay que tener presente como indica Navarro et al. (2015), que la no divulgación de información no significa una falta de compromiso con prácticas de responsabilidad social, ya que existen otros medios de comunicación por donde se puede estar divulgando información.

## CONCLUSIONES

En el Ecuador las cooperativas de ahorro y crédito son instituciones financieras que operan con base en principios y valores sociales. Su fin único no es la búsqueda de la maximización de sus beneficios económicos, sino como menciona Argadoña (2009), ser una sociedad responsablemente sostenible en el tiempo como respuesta a la confianza depositada por sus socios y todos los actores involucrados en su gestión financiera. Sin embargo, existe una evidente falta de transparencia en la divulgación de información, que permita confirmar que la esencia social como característica diferenciadora de este sector, está presente en sus gestiones.

En el tema del medio ambiente, la información que divulgan las cooperativas de ahorro y crédito es mínima. Ha quedado manifiesta la relevancia que trae consigo la revelación de prácticas relacionadas con el cuidado del medio ambiente, sin embargo, las cooperativas de ahorro y crédito en su mayoría no dan importancia a este tema y divulgan casi ninguna información relacionada, quedando en evidencia la debilidad que presentan en este aspecto, a pesar de estar contenida dentro de su estructura ideológica como un compromiso con la comunidad.

El aspecto social tiene menor relevancia que el económico de acuerdo con los resultados de la medición de la responsabilidad social. Las cooperativas de ahorro y crédito revelan en mayor medida asuntos económicos, justificando su actuación en el sistema a través de la colocación de créditos y captación de recursos, contribuyendo al crecimiento económico sostenido que en buena medida está orientado a zonas alejadas o rurales de su área de influencia.

El determinar el nivel de divulgación de información que realiza una cooperativa, dando a conocer el cumplimiento de sus responsabilidades, garantiza una adecuada y transparente gestión. En función de lo mencionado, esta metodología representa un primer acercamiento y figura una iniciativa a ser considerada y recomendada a los organismos de control, que les permita cuantificar la actuación social de las cooperativas

a través de las dimensiones de la Triple Bottom Line, permitiendo a los diferentes grupos de interés contar con una visión integral del comportamiento de estas organizaciones.

Otra recomendación que surge a partir de este estudio, es que las cooperativas adopten las directrices del GRI para la divulgación de información relacionada con sus responsabilidades, mismas que representa actualmente una tendencia mundial. Vale mencionar que algunas de las cooperativas que alcanzaron los mayores niveles de responsabilidad social, ya realizan la divulgación de información con base en las directrices del GRI.

Finalmente, se recomienda a los gobiernos de las cooperativas de ahorro y crédito, impulsar el manejo de información a través de sus páginas webs. La esencia social del cooperativismo, así como el riesgo financiero derivado del sector, demandan transparencia hacia los grupos de interés, permitiendo generar confianza y visibilidad en base al impacto de sus prácticas socialmente responsables.

## REFERENCIAS

- Al-Najjar Basil y Anfimiadou Aspioni (2012). Environmental policies and firm value. **Business Strategy and the Environment**, Volumen 21 No. 1. Estados Unidos (Pp. 49–59).
- Amran, Azlan (2012). Exploring Online Sustainability Disclosure among Malaysian Company. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Volumen 65. Reino Unido (Pp. 761–767).
- Andrikopoulos Andreas y Krikliani Nikoleta. (2013). Environmental Disclosure and Financial Characteristics of the Firm: The Case of Denmark. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, Volumen 20. Estados Unidos (Pp. 55–64).
- Andrikopoulos Andreas, Samitas Aristeidis y Bekiaris Michalis. (2014). Corporate social responsibility reporting in financial institutions: Evidence from Euronext. **Research in International Business and Finance**, Volumen 32. Países Bajos (Pp. 27–35).
- Aragón Cristina, Iturrioz Cristina y Narvaiza Lorena. (2016). Cooperatives' proactives Social Responsibility in crisis time: How to behave? **REVESCO Revista de Estudios Cooperativos**, Volumen 123. España (Pp. 7–36).
- Argadoña, Antonio. (2009). ¿Puede la Responsabilidad Social Corporativa ayudar a entender la crisis financiera?. Extraído de: <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0790.pdf>. Consulta: 20/04/2019.
- Astudillo, Giovany. (2019). Las cooperativas se consolidan dentro del sistema financiero. *Revista Líderes*. Extraído de <https://www.revistalideres.ec/lideres/cooperativas-consolidan-sistema-financiero-economia.html>. Consulta: 22/02/2019.
- Bonsón Enrique y Escobar Tomás. (2004). La Difusión Voluntaria de Información Financiera en Internet. Un Análisis Comparativo Entre Estados Unidos, Europa del Este y la Unión Europea. **Revista Española de Financiación y Contabilidad**, Volumen 33 No. 123, Reino Unido (Pp. 1063–1101).
- Carrasco, Inmaculada. (2005). La Ética Como Eficiencia: La Responsabilidad Social En Las Cooperativas De Crédito Españolas. **Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, Volumen 53, No. 53, España (Pp. 351–367).
- Castilla-Polo Francisca, Gallardo-Vázquez, Dolores y Sánchez-Hernández María Isabel. (2015). La revelación social a partir de la guía GRI de la economía social: una herramienta para mejorar las relaciones socio-cooperativa. **CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, Volumen 83, España (Pp. 143–168).
- Colaço Rui y Simão João. (2018). Disclosure of corporate social responsibility in the forestry sector of the Congo Basin. **Forest Policy and Economics**, Volumen 92, Países Bajos (Pp. 136–147).
- Davidson, Kirk. (2009). Ethical concerns at the base of the pyramid: Where CSR Meets Bop. **Journal of International Business Ethics**, Volumen 2 No. 1, Reino Unido (Pp. 462–474).
- De la Fuente, Santiago. (2011). Análisis Factorial. Extraído de: <http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/MULTIVARIANTE/FACTORIAL/analisis-factorial.pdf>. Consulta: 17/11/2018.
- Dyduch Justyna y Krasodomska Joanna. (2017). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Empirical Study of Polish Listed Companies. **Sustainability**, Volumen 9 No. 11, Suiza (Pp.19-34).

- Escamilla Sandra, Plaza Paola y Flores Sandra. (2016). Análisis de la divulgación de la información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas de transporte público urbano en España. **Revista de Contabilidad**, Volumen 19 No. 2, España (Pp. 195–203).
- Frías-Navarro, Dolores. (2014). Apuntes de SPSS. Universidad de Valencia. Extraído de [https://www.academia.edu/31990794/APUNTES\\_DE\\_SPSS](https://www.academia.edu/31990794/APUNTES_DE_SPSS). Consulta: 05/04/2018.
- Friedman, Milton. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, Estados Unidos (Pp. 122–126). Extraído de <http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf> Consulta: 22/11/2016.
- GRI. (2015). Guías para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Principios y Contenidos Básicos. Extraído de <http://www.cavala.es/pdf/GUIA-ELABORACION-MENORIAS-SOSTENIBILIDAD-G4-PRINCIPIOS-Y-CONTENIDOS.PDF>. Consulta: 16/02/2017.
- GRI. (2019). Getting Started with the GRI Standars. Extraído de: <https://www.globalreporting.org/standards/getting-started-with-the-gri-standards/>. Consulta: 15/02/2019.
- Guix, Joan. (2008). El análisis de contenidos: ¿Qué nos están diciendo? **Revista de Calidad Asistencial**, Volumen 23 No. 1, España (Pp. 26–30).
- Haro de Rosario Arturo, Alarcón Francisco y Caba María del Carmen. (2012). Los Determinanes de la Divulgación de Información sobre Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Financiero: El caso español. **Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada**, Volumen XX No. 1, Colombia (Pp. 189–205).
- Hasas Yahia, Amiri Maghsud, Barzideh Farrokh y Barzegar Ghodrattollah (2014). The Effect of Disclosure Level of Corporate Social Responsibility (CSR) on Corporate Financial Performance (CFP) in Tehran Stock Exchange. **International SAMANM Journal of Finance and Accounting**, Volumen 2 No. 2, Pakistán (Pp. 109–121).
- Mathuva David y Mboya Josephat. (2016). Cooperative social and environmental disclosure and financial performance of savings and credit cooperatives in Kenya. **Advances in Accounting , incorporating Advances in International Accounting**, Volumen 35, Estados Unidos (Pp. 197–206).
- Michelon Giovana, Pilonato Silvia y Ricceri Federica. (2015). CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis. **Critical Perspectives on Accounting**, Volumen 33, Estados Unidos (Pp. 59–78).
- Miño, Wilson. (2013). **Historia Del Cooperativismo en El Ecuador** (primera edición). Editogran S.A. Ecuador.
- Mohamed Shayuti, Hay David y Van, Chris (2018). The influence of culture and corporate governance on corporate social responsibility disclosure: A cross country analysis. **Journal of Cleaner Production**, Volumen 198, Países Bajos (Pp. 820–832).
- Molina José, Claver Enrique, Pereira Jorge y Tarí Juan. (2009). Gestión de la calidad y medioambiental y rendimiento empresarial: Un análisis de los hoteles españoles. **Revista Europea de Direccion y Economia de la Empresa**, Volumen 18 No. 2, España (Pp. 63–78).
- Moneva José, Ortas Eduardo y Acero Isabel. (2013). Divulgación de la información de responsabilidad social en las cooperativas de crédito y cajas de ahorros aragonesas. **CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, Volumen 77, España (Pp. 5–29).
- Monzón, José Luis (2003). El cooperativismo en la historia de la literatura económica. CIRIEC-España, **Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, Volumen 44, España (Pp. 9–32).
- Mozas Adoración y Bernal Jurado. (2006). Desarrollo territorial y economía social. **CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, Volumen 55, España (Pp. 125–140).
- Muñoz Ricardo y Tirado Pilar. (2013). Responsabilidad social y transparencia a través de la web: Un análisis aplicado a las Cooperativas Agroalimentarias Españolas. **REVESCO Revista de Estudios Cooperativos**, Volumen 114, España (Pp. 84–105).
- Navarro Andrés, Alcaraz Francisco José y Ortiz David. (2010). La divulgación de información sobre responsabilidad Corporativa en administraciones públicas: Un estudio empírico en gobiernos locales. **Revista de Contabilidad**, Volumen 13 No. 2, Reino Unido (Pp. 285–314).

- Navarro Andrés, Tirado Pilar, Ruiz Mercedes y de los Ríos Berjillos Araceli. (2015). Divulgación de información sobre responsabilidad social de los gobiernos locales europeos: El caso de los países nórdicos. **Gestión y política pública**, Volumen 24 No. 1, México (Pp. 229–270).
- Navado María Teresa, Gallardo Dolores Amalia y Sánchez María Isabel. (2016). Análisis del grado de divulgación de información sobre responsabilidad social en las webs de los principales municipios extremeños. **Auditoría pública: revista de los Organos Autónomos de Control Externo**, Volumen 67 No. 67, España (Pp. 77–92).
- Nor Norhasimah Md, Bahari Norhabibi Aishah Shaiful, Adnan Nor Amiera, Kamal Sheh Muhammad Qamarul Ariffin Sheh, Ali Inaliah Mohd. (2016). The Effects of Environmental Disclosure on Financial Performance in Malaysia. **Procedia Economics and Finance**, Volume 35, Italia (Pp. 117–126).
- Orlitzky Marc, Schmidt Frank y Rynes Sara. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A meta-analysis. **Organization Studies**, Volumen 24 No. 3, Estados Unidos (Pp. 403–441).
- Pérez, Roberto. (2015). **Aplicación de buen gobierno corporativo en las cooperativas de ahorro y crédito del sector económico popular y solidario**. Tesis de Maestría. Maestrante en Derecho con mención en Derecho Financiero, Bursátil y de Seguros. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador.
- Pina Vicente, Torres Lourdes y Acerete Basilio. (2007). Are ICTs promoting government accountability ?: A comparative analysis of e-governance developments in 19 OECD countries. **Critical Perspectives on Accounting**, Volumen 18, Estados Unidos (Pp. 583–602).
- Puentes Raquel y Velasco María del Mar. (2009). Importancia de las Sociedades Cooperativas como medio para contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental, de forma sostenible y responsable. **REVESCO Revista de Estudios Cooperativos**, Volumen 99, España (Pp. 104–129).
- Rodríguez Manuel, Caba Carmen y López Antonio. (2006). Cultural contexts and governmental digital reporting. **International Review of Administrative Sciences**, Volumen 72 No. 2, Estados Unidos (Pp. 269–290).
- Rodríguez Manuel, Caba Carmen y López Antonio. (2007). E-government and Public Financial Reporting The Case of Spanish Regional Governments. **American Review of Public Administration**, Volumen 37 No. 2, Estados Unidos (Pp. 142–177).
- Rodríguez Pablo, Fuentes José y Sánchez Sandra. (2013). Revelación de información sobre clientes, comunidad, empleados y medio ambiente en las entidades financieras españolas a través de las memorias de responsabilidad social corporativa (2007-2010). **Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa**, Volumen 19 No. 3, España (Pp. 180–187).
- SEPS. (2018). Boletines Financieros Segmento 1. Extraído de <http://www.seps.gob.ec/estadistica?boletines-financieros-mensuales>. Consulta: 01/03/2019.
- Travassos, María de Fátima. (2014). **Diseño de índices de divulgación de la información de responsabilidad social empresarial y gobierno corporativo: un análisis en las mayores empresas de la Península Ibérica**. Tesis doctoral. Doctorado en Contabilidad. Universidad de Extremadura, España.
- Wanyama Fredrick, Develtere Patrick y Pollet Ignace. (2009). Reinventing the wheel? African cooperatives in a liberalized economic environment. **Annals of Public and Cooperative Economics**, Volumen 80 No. 3, Reino Unido (Pp. 361–392).
- Wu Meng-Wen y Shen Chung-Hua. (2013). Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance. **Journal of Banking & Finance**, Volumen 37 No. 9, Países Bajos (Pp. 3529–3547).