



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en
Contabilidad y Auditoría CPA**

Tema:

“La dimensionalidad de los principios cooperativos. Un estudio de relación causal en una Cooperativa de Ahorro y Crédito del Ecuador”

Autora: Quilligana Tonato, Jennifer Alexandra

Tutor: Dr. Coba Molina, Edison Marcelo

Ambato – Ecuador

2020

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Edison Marcelo Coba Molina, con cédula de identidad No. 1803161502, en calidad de Tutor del Proyecto de investigación sobre el tema: **“LA DIMENSIONALIDAD DE LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS. UN ESTUDIO DE RELACIÓN CAUSAL EN UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DEL ECUADOR”**, desarrollado por Jennifer Alexandra Quilligana Tonato, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación de la misma ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Enero 2020

TUTOR

Dr. Edison Marcelo Coba Molina

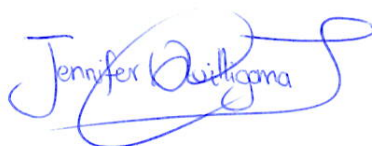
C.I. 1803161502

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jennifer Alexandra Quilligana Tonato, con cedula de ciudadanía No. 0503182818, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“LA DIMENSIONALIDAD DE LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS. UN ESTUDIO DE RELACIÓN CAUSAL EN UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DEL ECUADOR”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Enero 2020

AUTORA



Jennifer Alexandra Quilligana Tonato

C.I. 0503182818


CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimonial del Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial, y se realice respetando mis derechos como autora.

Ambato, Enero 2020

AUTORA




Jennifer Alexandra Quilligana Tonato

C.I. 0503182818

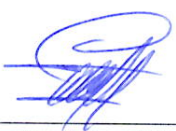
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Graduación, sobre el tema: “**LA DIMENSIONALIDAD DE LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS. UN ESTUDIO DE RELACIÓN CAUSAL EN UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DEL ECUADOR**”, elaborado por Jennifer Alexandra Quilligana Tonato, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con la disposición reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.


Ambato, Enero 2020



Dra. Mg. Tatiana Valle
PRESIDENTE



Dr. Jaime Díaz
MIEMBRO CALIFICADOR



Dr. Joselito Naranjo
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico en primer lugar a Dios, por darme la sabiduría para culminar este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mi madre por el todo apoyo y la confianza que ha depositado en mí desde siempre, y a mi padre por haber sabido ayudarme en los momentos de necesidad.

En especial, este trabajo lo dedico a mi pequeño hijo Vadhir, mi mayor bendición, el que ha convertido en el motor y motivo para seguir adelante y superarme día a día.

Igualmente al Dr. Edison Coba, mi tutor, pues de no ser por él, no hubiera conseguido mi objetivo.

Jennifer Alexandra Quilligana Tonato

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, por haberme permitido seguir viviendo y culminar una de mis mayores metas.

Agradezco también a mi madre, la mujer que siempre ha estado al pendiente de mí y que siempre me ha brindado su apoyo incondicional. Así como también a mi padre, quien ha hecho lo posible por ser participe y un apoyo en esta etapa que acabo de culminar.

A mi hijo, que con su amor, su cariño y a través de sus grandes sonrisas me ha dado las fuerzas para conseguir mi meta.

De manera especial, agradezco a mi tutor, por toda la paciencia que ha tenido conmigo y por todo su apoyo, pues ha sido una gran guía para lograr el presente trabajo.

Jennifer Alexandra Quilligana Tonato

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “LA DIMENSIONALIDAD DE LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS. UN ESTUDIO DE RELACIÓN CAUSAL EN UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DEL ECUADOR”

AUTORA: Jennifer Alexandra Quilligana Tonato

TUTOR: Dr. Edisson Marcelo Coba Molina

FECHA: Enero 2020

RESUMEN EJECUTIVO

Los siete principios cooperativos formulados por la Alianza Cooperativa Internacional representan las bases sobre la marcha de las cooperativas. Dichos principios las diferencian del resto de entidades, en la cual prevalece el beneficio económico por sobre los intereses de las personas, mientras que para las cooperativas las necesidades de sus socios y su entorno la mayor prioridad. Dicho esto, con la aplicación de los principios se consigue construir una imagen de buena empresa, al mismo tiempo que se brinda grandes beneficios para sus afiliados y su comunidad, sobretodo en el ámbito social y educativo. Es así, que en el presente trabajo se defiende la relación causal entre los principios cooperativos con la imagen corporativa y los beneficios percibidos por los socios. El instrumento que se utilizó para la recolección de información fue de un cuestionario de 46 ítems valorados bajo escala de Likert. Partiendo de la información generada mediante la aplicación de la misma a los socios de la cooperativa, y a través del modelo PLS de ecuaciones estructurales, se comprobaron las hipótesis planteadas en esta investigación. Por tanto, podemos afirmar que los principios de Participación Económica de los miembros, Cooperación entre cooperativas e Interés por la comunidad contribuyen de manera positiva y significativa a generar una buena imagen corporativa de la organización frente al resto de organismos e instituciones. Del mismo modo, son los principios de educación, capacitación e información, cooperación entre cooperativas, participación económica de los miembros y el constructo de imagen corporativa los que garantizan mayores beneficios a los socios, medidos en términos de control, participación, satisfacción, confianza y localización.

PALABRAS DESCRIPTORAS: PRINCIPIOS COOPERATIVOS, IMAGEN CORPORATIVA, BENEFICIOS PERCIBIDOS, RESPONSABILIDAD SOCIAL, BALANCE SOCIAL

**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ACCOUNTING AND AUDIT CAREER**

TOPIC: “THE DIMENSIONALITY OF THE COOPERATIVE PRINCIPLES. A STUDY OF CAUSAL RELATIONSHIP IN A SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVE OF ECUADOR”

AUTHOR: Jennifer Alexandra Quilligana Tonato

TUTOR: Dr. Edisson Marcelo Coba Molina

DATE: January 2020

ABSTRACT

The seven cooperative principles formulated by the International Cooperative Alliance represent the basis for the running of cooperatives. Said principles the differences of the rest of entities, in which the economic benefit prevails for the interests of the people, while for the cooperatives the needs of their members and their surroundings the highest priority. That said, with the application of the principles you can build an image of good company, while providing great benefits for its members and their community, especially in the social and educational field. Thus, in this work the causal relationship between cooperative principles with the corporate image and the benefits perceived by the partners is defended. The instrument used to collect information was a questionnaire of 46 items valued under the Likert scale. Based on the information generated by applying it to the cooperative members, and through the PLS model of structural equations, verify the hypotheses raised in this investigation. Therefore, we can affirm that the principles of Economic Participation of the members, Cooperation between cooperatives and Interest by the community affected in a positive and significant way to generate a good corporate image of the organization compared to other organizations and institutions. In the same way, it is the principles of education, training and information, cooperation between cooperatives, economic participation of the members and the corporate image construct that benefit the most from members, measured in terms of control, participation, satisfaction, trust and location.

KEYWORDS: COOPERATIVE PRINCIPLES, CORPORATE IMAGE, PERCEIVED BENEFITS, SOCIAL RESPONSIBILITY, SOCIAL BALANCE

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
CESIÓN DE DERECHOS	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación	1
1.1.1 <i>Justificación teórica</i>	1
1.1.2 <i>Justificación metodológica (viabilidad)</i>	2
1.1.3 <i>Justificación práctica</i>	3
1.1.4 <i>Formulación del problema de investigación</i>	4
1.2 Objetivos	4
1.2.1 <i>Objetivo general</i>	4
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	4

CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1 Revisión de literatura.....	6
2.1.1 <i>Antecedentes investigativos</i>	6
2.1.2 <i>Fundamentos teóricos</i>	12
2.2 Hipótesis (opcional) y/o preguntas de investigación.....	28
CAPÍTULO III	33
METODOLOGÍA	33
3.1 Recolección de la Información.....	33
3.2 Tratamiento de la Información	35
3.3 Operacionalización de las variables	36
3.3.1 <i>Operacionalización de variable independiente: Principios cooperativos</i>	36
3.3.2 <i>Operacionalización de variable dependiente: Imagen y beneficios</i>	
<i>percibidos</i>	40
CAPÍTULO IV	41
RESULTADOS	41
4.1 Resultados y discusión	41
4.2 Verificación de la hipótesis o fundamentación de las preguntas de	
investigación.....	64
4.3 Limitaciones del estudio.....	68
CAPÍTULO V	69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
5.1 Conclusiones	69
5.2 Recomendaciones	70
BIBLIOGRAFÍA	71
ANEXOS	80

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla N° 1 Cooperativas de Ahorro y Crédito por segmentos.....	10
Tabla N° 2. Valor agregado cooperativo.....	25
Tabla N° 3 Edad y género	42
Tabla N° 4 Agencia y nivel educativo.....	43
Tabla N° 5. Alpha de Cronbach, Rho_A, IPC y AVE de los constructos.....	65

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PÁGINA
Cuadro N° 1. Historia del cooperativismo en el Ecuador	9
Cuadro N° 2. Operaciones del Sector Financiero Popular y Solidario	24
Cuadro N° 3. Escalas de valoración.....	34
Cuadro N° 4. Operacionalización: Principios cooperativos	36
Cuadro N° 5. Operacionalización: Imagen y beneficios percibidos	40
Cuadro N° 6. Resultados del modelo estructural	67

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

CONTENIDO	PÁGINA
Ilustración 1. Modelo lógico de hipótesis.....	64
Ilustración 2. Iteración del modelo estructural	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N° 1. Valor agregado cooperativo.....	26
Gráfico N° 2. Misión, visión y valores de la cooperativa	26
Gráfico N° 3. Perspectivas del BSC	27
Gráfico N° 4. Ítems referentes a Membresía voluntaria y abierta.....	44
Gráfico N° 5. Ítems referentes a Control democrático de los miembros.....	45
Gráfico N° 6. Ítems referentes a Participación económica de los miembros	46
Gráfico N° 7. Ítems referentes a Autonomía e independencia	47
Gráfico N° 8. Ítems referentes a Educación, capacitación e información.....	48
Gráfico N° 9. Ítems referentes a Cooperación entre cooperativas	49
Gráfico N° 10. Ítems referentes a Interés por la comunidad	50
Gráfico N° 11. Ítems referentes a Imagen Corporativa.....	51
Gráfico N° 12. Ítems referentes a Beneficios percibidos	52
Gráfico N° 13. Indicador de membresía voluntaria y abierta por género	53
Gráfico N° 14. Indicador de control democrático por nivel educativo	54
Gráfico N° 15. Indicador de participación económica por agencia.....	55
Gráfico N° 16. Indicador de autonomía e independencia por género	56
Gráfico N° 17. Indicador de Educación, capacitación e información por agencia....	57
Gráfico N° 18. Indicador de cooperación entre cooperativas por agencia.....	58
Gráfico N° 19. Indicador de interés por la comunidad por agencia	59
Gráfico N° 20. Indicador de imagen corporativa por agencia.....	60
Gráfico N° 21. Indicador 1 de beneficios percibidos por edad	61
Gráfico N° 22. Indicador 2 de beneficios percibidos por nivel educativo	62
Gráfico N° 23. Indicador 3 de beneficios percibidos por género	63

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

1.1.1 Justificación teórica

Los principios son valores que guían el actuar de los seres humanos. De igual manera ocurre en las organizaciones, es así que, las cooperativas también se orientan bajo ciertos principios y valores. Todas las cooperativas de ahorro y crédito a nivel global son representadas por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI). Respetada por ser la entidad que custodia los valores y principios cooperativos basados en valores económicos, sirviéndose como instrumento para el desarrollo de las cooperativas.

Los principios cooperativos promulgados por la ACI (2009) son: “membresía voluntaria y abierta; control democrático de los miembros; participación económica de los miembros; autonomía e independencia; educación, capacitación e información; cooperación entre cooperativas e interés por la comunidad” (págs. 3-4). Dichos principios desde la posición de Sánchez (2015), se convierten en pilares fundamentales configuradores de la organización, funcionamiento y naturaleza cooperativa.

En la actualidad en el Ecuador las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COAC) son de gran importancia para el sector financiero ecuatoriano, puesto que han ganado protagonismo por la reducida presencia mantenida por los bancos, tanto privados como públicos en el territorio nacional. A razón de ello uno de los objetivos de la aplicación de los siete principios que menciona la ACI es crear un mensaje. Este proyectará la identidad cooperativa respaldado por los valores corporativos, la liquidez y solvencia como condición para obtener resultados positivos y esperados (Sánchez, 2015).

Al momento de valorar la intangibilidad de los principios cooperativos se ha encontrado que, en el sector cooperativo no son visibles los resultados del positivismo de dichos principios cooperativos. Sin embargo el sector financiero tanto público como privado reconoce las bondades de los principios cooperativos, y la dificultad de conseguir plasmarlos en la realidad.

Desde el punto de vista de Ruiz y Quesada (2014), las cooperativas no demuestran el interés suficiente para realizar una labor formal basada en principios éticos y cooperativos. Expertos mencionan del desconocimiento sobre los principios que tiene la población en general, para ser exactos son los núcleos urbanos y alejados del medio rural, quienes tienen una representatividad más alta en el desconocimiento del tema.

Los valores cooperativos van de la mano con la economía solidaria, el cual es un modelo que propone ventajas para el mejoramiento de la calidad de vida de sus socios. Con base en esta aplicación rigurosa de los principios, dado sus alcances y posibilidades; la economía solidaria, envuelve en si los valores de solidaridad, unión y equidad. Todos ellos trasladados como principios que posibilitan el desarrollo sostenible de las regiones más vulnerables y la resolución a los problemas que en este emerjan (Ramírez-Díaz, Herrera-Ospina, & Londoño-Franco, 2016).

Bajo el criterio anterior, es por tanto que las economías solidarias deberían estar acondicionadas al cambio del entorno y ser más flexibles en cuanto al desarrollo de los mercados. Todo esto mediante el desarrollo de estrategias que permitan enfrentar los desafíos propuestos por la apertura de mercados y el comportamiento de una política económica globalizada.

Por lo antes descrito, la presente investigación está orientada a definir la relación existente entre las variables independiente y dependiente. Para objeto de este estudio estas variables son los principios cooperativos custodiados por la ACI, la imagen corporativa y los beneficios percibidos por los socios mediante la aplicación de los mismos.

1.1.2 Justificación metodológica (viabilidad)

Partiendo de investigaciones en el mismo campo, recomiendan el uso de información directa de la cooperativa en estudio. Complementada con la revisión de información en fuentes secundarias, tales como: la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, entre otras (Barba & Gavilánez, 2016).

Se identifican los procesos realizados como la limitación del objetivo de estudio, definición de los conceptos, entender las normativas que figuran los principios cooperativos, desarrollar el modelo de encuesta a ser aplicada en campo y posteriormente interpretar los datos obtenidos.

La realización de este estudio requirió de la aplicación de técnicas de investigación, como lo es la encuesta. Esta fue de utilidad para la obtención de información de fuente primaria, misma que fue tabulada y procesada por el software SPSS. A través del software SmartPLS se desarrolló el modelo de ecuaciones estructurales mediante el método de mínimos cuadrados parciales, para la determinación de relación causal entre las variables de estudio.

Mediante la aplicación de esta técnica estadística para recabar información, y una vez verificada su validez y confiabilidad, los resultados obtenidos a través de su procesamiento estadístico para la construcción de un sub-modelo estructural de relación causal servirán de base para posteriores trabajos de investigación.

1.1.3 Justificación práctica

La realización de la presente investigación presume una gran trascendencia, debido a que el fenómeno a tratar implica importantes afectaciones al contexto social. A razón por el cual se efectuó un estudio detallado que relaciona los principios cooperativos ACI, la imagen corporativa y los beneficios percibidos por la sociedad cooperativista.

Para tal efecto es comprensible el creciente interés en temas que tratan sobre los principios cooperativos desarrollados en el seno de la ACI y los organismos internacionales (Cracogna, 2015). A través de la identificación de la correlación se aporta al conocimiento académico y a las instituciones del sistema financiero. Es importante resaltar la pertinencia de aplicar los principios cooperativos que favorecen la presentación ética e integra de la organización y el desarrollo organizacional.

Tomando como ejemplo el estudio realizado por Barba y Gavilánez (2016), el cual además de describir la práctica financiera, indaga sobre las buenas prácticas de gestión social. Con motivo de averiguar si miden aquellas prácticas o informan los resultados a sus grupos de interés. Además como lo refiere Ruiz (2014) “es necesario valorar los

principios cooperativos para establecer la necesidad de los mismos en la realidad empresarial de las cooperativas” (pág. 897).

Es por ello que la presente investigación es relevante a nivel profesional por el planteamiento de hipótesis, aplicación de conocimientos y uso de métodos e instrumentos estadísticos. Estos sirven para el respectivo análisis crítico de la correlación de los principios cooperativos, la imagen corporativa y los beneficios percibidos por la sociedad cooperativa del Ecuador.

Además es importante mencionar que los principales beneficiarios son la comunidad universitaria y estudiantil. Mencionada investigación que estará a disponibilidad de todos los usuarios a través de plataformas virtuales. De tal modo se fomentará el buen uso de la tecnología además de contribuir al conocimiento y la investigación.

Bajo la premisa anterior, el desarrollo de la investigación será una herramienta útil para futuras investigaciones aún más actualizadas y de mayor profundización, además de servir como instrumento de fuente secundaria, para posteriores indagaciones con igual énfasis en el tema de estudio.

1.1.4 Formulación del problema de investigación

¿Cómo se relacionan los principios cooperativos con la imagen corporativa y los beneficios percibidos en una cooperativa de ahorro y crédito del Ecuador?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

- Analizar la relación de los principios cooperativos en la imagen y beneficio percibido por los socios y clientes de una cooperativa.

1.2.2. Objetivos específicos

- Caracterizar los principios cooperativos que norman la actuación de las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador.

- Identificar los beneficios que los socios y clientes de las cooperativas de ahorro y crédito reciben de las instituciones financieras del sector financiero popular y solidario.
- Relacionar los principios cooperativos con la imagen y beneficio percibido por los socios y clientes de una cooperativa de ahorro y crédito.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión de literatura

2.1.1 Antecedentes investigativos

2.1.1.1 El cooperativismo y su continua evolución

El cooperativismo tiene su origen en el año 1750 con la revolución industrial en Inglaterra. Lugar donde los capitalistas dueños de las grandes industrias explotaban a sus obreros, quienes en busca de mejores beneficios resolvieron unirse solidariamente y ayudarse mutuamente para enfrentar las necesidades laborales y poder satisfacerlas. Sin embargo, esta forma de organización no surgió de la noche a la mañana, puesto que, fue necesario del aporte de bastantes personas para poder consolidarse como una forma de organización (Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, 2017).

Con base en esta forma de organización originariamente se crean las cooperativas de consumo, de producción y de crédito. Una de ellas es la Rochdale Society of Equitable Pioneers fundada en Rochdale un 24 de octubre del año 1844. Esta es considerada casi a nivel mundial como la primera manifestación organizada de cooperativa de consumo con esencia cooperativista en esa época. El fin era mejorar las condiciones sociales y domésticas que limitaban a sus socios. (Fici, 2015).

En cuanto a las cooperativas de crédito existen varias conjeturas de su surgimiento, como lo afirma Vargas (2015), las cooperativas de crédito surgieron a mediados del siglo XIX en el continente Europeo. Allí la cooperativa alemana Öhringer Privatspar- und Leihkasse es considerada la primera cooperativa constituida oficialmente en 1843, mientras que para otros no fue hasta el 1848 que se constituyó la primera en Bélgica.

Actualmente existen alrededor de 3 millones de cooperativas en el mundo, las cuales generan unos ingresos de 2.1 trillones de dólares anualmente (International Cooperative Alliance, 2017). Dichas cooperativas se encuentran calificadas como cooperativas de consumidores, de productores y de trabajadores. Las mismas generan puestos de empleo resilientes a más 250 millones de personas a nivel mundial como lo

manifiesta la CICOPA (2014) en su estudio *COOPERATIVES AND EMPLOYMENT: a Global Report* realizado al G20 (grupo de los 20).

2.1.1.2 Principios cooperativos desde una mirada universal

Los principios abarcan un conjunto de valores, normas y/o reglas que permiten identificar la naturaleza de un individuo u organización. En este sentido Yarce (2000) afirma que los principios entendiéndose en el ámbito administrativo o corporativo se transforman en los lineamientos de buena conducta que permiten a la empresa ser más competitiva.

Las cooperativas se conducen bajo los principios cooperativos proclamados por la Alianza Cooperativa Internacional fundada en 1895. La ACI a lo largo de los años ha ido adecuando sus principios al entorno social, cultural, económico y ambiental en el cual vivimos. Es así que la ACI (2009) declara que los siete principios cooperativos están basado a normativas proyectados a prácticas y valores.

Sin embargo estos no son los únicos principios declarados y los cuales las cooperativas deben adoptarlos. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos instituye sus principios para el buen gobierno corporativo. Ellos reconocen los intereses, la ética empresarial, y entorno ambiental y personas implicadas a largo plazo (OCDE, 2016).

La base para un marco corporativo legal eficaz, se basa en los derechos corporativos, información y transparencia. De este modo se pretende lograr una equidad en las funciones claves que cumplen los accionistas. Además se comprometen otros intermediarios como las inversiones institucionales y mercado de valores (OCDE, 2016).

Los mencionados anteriormente son los principios centrales de la OCDE que direccionan al gobierno para lograr un mejor desempeño (Banco Mundial, 2014). Estos al final pretenden demostrar la calidad de dirección de las empresas como un elemento de gran importancia en la actualidad.

En cuanto a Ecuador, las cooperativas de ahorro y crédito obedecen los principios universales de la ACI, para poderse identificar como organización cooperativista. De igual forma se guían por los ocho principios establecidos por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria contemplados en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2018):

- La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- El comercio justo y consumo ético y responsable;
- La equidad de género;
- El respeto a la identidad cultural;
- La autogestión;
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes (págs. 5-6).

Estos principios descritos en el párrafo anterior permiten la diferenciación de las organizaciones que conforman el sector económico popular y solidario del resto del sector privado. A más de, la aplicación de estos demuestran el compromiso que tienen dichas entidades con la comunidad a través de una buena y adecuada gestión democrática, responsable y transparente con el medio ambiente.

2.1.1.3 El cooperativismo en el Ecuador

El sistema económico de nuestro país es social y solidario, integrado por entidades del sector público, privado, mixto, popular y solidario y otras organizaciones contempladas en la Constitución ecuatoriana. El objetivo es el de garantizar los mecanismos y recursos que favorezcan al plan de desarrollo del buen vivir (Constitución de la República del Ecuador, 2008). Es decir, el sistema económico también es sostenible pues se preocupa del desarrollo de las capacidades y competencias de todos sus involucrados.

El sector cooperativo es la agrupación de entidades financieras en sociedad de personas en forma voluntaria. Cuyo motivo es el de satisfacer las necesidades en común

perteneciendo a diferentes grupos económicos y sociales (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, 2018).

El cooperativismo en el Ecuador posee una larga trayectoria inicialmente en las épocas pre-coloniales en el antiguo Quito, actualmente República del Ecuador. La formación de cooperación voluntaria de las colectividades se presentaron antes y después de la dominación de los Incas y la conquista de los españoles (Da Ros, 2007).

En nuestro país a partir del año 2000, como lo manifiesta Pereira, Borja, Rodríguez, & Burbano (2017) después del feriado bancario el Sistema Financiero Nacional se convirtió en uno de los sectores con mayor importancia dentro de la economía. Presentando un crecimiento del 34,48% de las cooperativas de ahorro y crédito 34.48%, siendo las instituciones financieras (IFI) con mayor aporte en el sector.

El movimiento cooperativo en el Ecuador, tiene su historia explicada en 5 fases: El origen del cooperativismo en el Ecuador, 1900-1936; De la intervención estatal al cooperativismo indígena, 1937-1963; Auge cooperativo, cambio agrario y crecimiento petrolero, 1964-1988; Del paso Neoliberalista a la crisis financiera, la dolarización y sistema financiero cooperativo, 1989-2006; y La historia inmediata, el cooperativismo y la revolución ciudadana, 2007-2012 (Miño, 2013, págs. 7-8).

Durante estos periodos surgieron una serie de acontecimientos y hechos que se describen a continuación:

Cuadro N° 1. Historia del cooperativismo en el Ecuador

Periodo	Acontecimiento
Cooperativismo indígena 1937-1963	<ul style="list-style-type: none"> • Revolución Juliana. • Aprobación de ley de cooperativas y de comunas • Formulación del código de trabajo, ley de educación superior, ley orgánica del banco central, además de leyes políticas sociales.
Cooperativismo, cambio agrario y expansión petrolera 1964-1988	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la creación de cooperativas y federaciones • Nueva ley de cooperativas • Conformación de los organismos de integración cooperativa

Dolarización y sistema financiero cooperativo 1986-2006	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de políticas de libre mercado • Desaparecieron todas las instituciones estatales de promoción económica • Nueva institucionalidad de naturaleza privada • Crisis financiera más grande del Ecuador
La historia inmediata, el cooperativismo y la revolución ciudadana, 2007-2012	<ul style="list-style-type: none"> • Revolución Ciudadana • La economía popular y solidaria y el sector financiero • Nuevo marco constitucional

Elaborado a partir de: (Oleas, 2016)

Aunque el sector cooperativo ha atravesado un sinnúmero de obstáculos, este ha logrado desarrollarse y tener aceptación por la sociedad durante los últimos años. Es así que Ecuador al año 2016 tenía alrededor de 695 cooperativas de ahorro y crédito, posicionándose en el segundo lugar de los países de América Latina que registra más entidades de ese tipo (Durán, 2017). Sin embargo, ahora contamos con 540 cooperativas activas de ahorro y crédito y 4 mutualistas (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2019).

Actualmente la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2017) manifiesta que el sector registra 6 millones de socios cooperativistas. Conformados tanto por socios de las cooperativas de ahorro y crédito, como de otras cooperativas.

Hoy, la legislación ecuatoriana conjuntamente con los organismos de control del sistema financiero permite la conformación de cooperativas de ahorro y crédito. Esto a partir del cumplimiento de los requisitos previstos y, por los cuales estas cooperativas se encuentran también calificadas por segmentos de riesgo como se presentan en la siguiente tabla.

Tabla N° 1 Cooperativas de Ahorro y Crédito por segmentos

Segmentos	Activos en dólares americanos	Cooperativas activas
1	>80'000.000,00 y mutualistas	36
2	20'000.000,00 – 80'000.000,00	42
3	5'000.000,00 – 20'000.000,00	80
4	1'000.000,00 – 5'000.000,00	166
5	<1'000.000,00	220

Elaborado a partir de: Catastro de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2019)

2.1.1.4 El cumplimiento de los principios: un desafío para las cooperativas

Las cooperativas representan una estructura organizada y diseñada para hacer práctica del cooperativismo y difundir los valores e imagen corporativa a la sociedad y sus miembros. El cooperativismo presenta los valores declarados universalmente. Estos de constituyen en patrones, los cuales determinan las normas de comportamiento individual de los miembros y de actuación de la entidad (Miranda, 2014).

A pesar de que el modelo cooperativo ha tenido mucha presencia e intervención en todo el mundo. Estas formas de organización deben actuar en función a los principios universales del cooperativismo, por lo cual, han tenido repercusiones en el marco legal y normativo de ciertos países. Las leyes y políticas son las pautas que limitan el crecimiento cooperativista (Eid & Martínez-Carrasco, 2014), siendo este uno de los factores de la disminución del número de cooperativas.

Aunado a esto y con el proceso de globalización en el que vivimos, el control democrático se ve afectado con la introducción de un nuevo marco legislativo. Este modelo tiene base en la creación de un tipo de sociedad cooperativa especial o mixta, en la comunidad autónoma de Extremadura y en la ley general y vasca del país Europeo. Esta medida pretende la posibilidad de tomar decisiones en proporción al capital suscrito de los asociados (Buendía-Martínez, 2000) al igual que el resto de sociedades no cooperativas.

Otro de los motivos por los cuales no se practican a cabalidad los principios, se debe a las propias limitantes de las organizaciones. Un claro ejemplo es el de la Cooperativa de productores de artesanías Erandi, puesto que al ser una cooperativa de artesanos limita su libre acceso reflejado incluso en la disminución del número de socios. Otra afectación es la educación y capacitación, ya que al no tener buenos ingresos, el presupuesto para este fin es deficiente. Además de existir poco interés por parte de los socios en acciones que mejoren su gestión (Vázquez-Hernández, 2016).

Además, en la investigación ejecutada por Lara, Hurtado y Pérez (2018) demuestra que, una de las mayores problemáticas se presenta en el principio de control democrático de los miembros. Ello debido a socios que solo buscan el “beneficio sin complicaciones” de los servicios que brindan las cooperativas, por tanto estos

presentan un escaso interés por inmiscuirse en la gestión. Así mismo Aguilar (2017), con base en las bajas participaciones en la Asamblea General de la Cooperativa en su estudio, resalta que para tener una participación activa de todos los socios, se deben crear mecanismos que impulsen su participación. Aguilar propone actividades tales como: encuestas telefónicas, cuestionarios u otros medios, que le permitan a los socios ver reflejado su criterio dentro de la asamblea (pág. 22).

Acercándonos más a nuestro país podemos notar que, el estudio realizado por Luque, Peñaherrera y Ordoñez (2019), analiza la adhesión libre y voluntaria de los socios de la Cooperativas de Ahorro y Crédito Chibuleo. Este demuestra que el indicador de este principio aumentó levemente su promedio ponderado de deserción de socios en 0.39 puntos. Concluyendo que no es fácil mantener la fidelización y retención de socios para la cooperativa ni aun menos atraer e incrementar la libre adhesión, pues para ello también es necesario el uso de marketing y estrategias atractoras de clientes.

2.1.2 Fundamentos teóricos

2.1.2.1 Descripción teórica-Variable independiente

Principios

Los principios son lineamientos que deben cumplir las empresas de acuerdo a políticas y estatutos que permiten actuar con profesionalismo para conseguir los objetivos y metas de cada entidad financiera. Estos son considerados como guías de normas y valores que proyectan al buen comportamiento de acuerdo al marco (Ucha, 2013).

Principios Cooperativos

Son patrones generales sobre lineamientos para las cooperativas, constituyéndose como base filosófica para una adecuada cultura organizacional (Cooperativa Super Solidaria , 2017). Permitiéndoles actuar con integridad y profesionalismo.

Las cooperativas se apoyan en principios de trabajo en equipo, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Para continuar con el legado de sus fundadores, idean valores éticos como honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás (Cooperativa de las Americas , 2017). Además

este tipo de instituciones se caracterizan por estar cimentadas en valores de autoayuda y auto-responsabilidad (Unidad de Cooperativas, 2017).

Principios Cooperativos ACI

La Alianza Cooperativa Internacional figura y sirve a las organizaciones del mundo entero. Esto lo hace a través de sus 7 principios fundamentados que reúne, representa y apoya a todas las organizaciones cooperativistas de todo el mundo.

La ACI resguarda los siete principios que son:

Primer principio: Membresía voluntaria y abierta

Para la Alianza Cooperativa Internacional (2015) “las cooperativas es el resultado de la formación voluntaria y abiertas a todas las personas, sin discriminación de género, condición social, raza, posición política o religiosa” (pág. 1).

Este principio se refiere al hecho de que cualesquier persona sin distinción alguna ni discriminación puede integrarse a una cooperativa. De igual manera, si esta lo desea está en libre voluntad de darse de baja en cualquier momento sin tener la necesidad de justificar causa o motivo alguno de su retiro (Vargas-Vasserot, 2015).

Segundo principio: Control democrático de los miembros

Por su parte, como lo menciona la ACI (2009) se refiere a que los miembros de las cooperativas deben manejarla bajo una doctrina democrática. Ellos además podrán participar activamente en la determinación y establecimiento de políticas internas y en la toma de decisiones. Dicho en otras palabras, todos los socios están en pleno derecho de inferir e intervenir en el proceso de toma de decisiones además de tener un derecho igualitario a voto para poder elegir a sus representantes quienes participarán en la dirección y administración de la cooperativa.

Una de las aportaciones que brinda Junco, Capa, & Rodríguez (2016) sobre el control democrático por los socios define a las cooperativas como Organizaciones democráticamente gestionadas por sus socios. Quienes en su derecho pueden participar

en las decisiones de la cooperativa y podrán ser elegidos como representantes ante los socios.

Tercer principio: Participación económica de los miembros

Con este principio cooperativo, los socios de la cooperativa contribuyen equitativamente y controlan de forma democrática el patrimonio de la Cooperativa. La cooperativa podrá tener inversores externos, sin embargo al menos una parte de este deberá ser de propiedad común de la misma. Además se contempla que los socios recibirán una compensación limitada sobre su inversión como condición de su Membresía (Alianza Cooperativa Internacional, 2009).

Teniendo en cuenta a Martínez (2018), las formas de aportación al capital pueden ser principalmente por el ingreso de un nuevo socio a través de su aporte de membresía. Otra de las formas de aportación es mediante la dotación de reservas y capitalización de los excedentes económicos, considerando que estos aportes fortalecen a la cooperativa en su conjunto no generan intereses. Finalmente la última forma es por aportaciones especiales al capital en caso de que la cooperativa lo solicite. Este tipo de aporte genera intereses a sus asociados.

Cuarto principio: Autonomía e independencia

El cuarto principio, propone que las cooperativas al ser organizaciones autónomas deberán operar con capital propio. Sin embargo si su aumento de capital depende de financiamiento externo, este deberá ser en manera que “aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la Cooperativa” (Alianza Cooperativa Internacional, 2009, pág. 3).

En este sentido si una cooperativa firma un acuerdo con otra u otras organizaciones del sistema para poder incrementar su capital por fuentes externas, ésta asegurará a sus socios que seguirán teniendo el control democrático del mismo. De esta forma la cooperativa mantendrá su autonomía, pues no será manejada u gobernada por alguna otra institución (Aguilar-Hernández, 2017).

Sin embargo, como lo manifiesta Junco, Capa, & Rodríguez (2016) la acogida y por ende el crecimiento de este tipo de instituciones obliga a las entidades reguladoras del sistema financiero a tener bajo la lupa a estas organizaciones. Es por ello que, ahora “supervisan sus movimientos de dinero para un mejor control de los servicios y gestiones que las cooperativas puedan ofrecer” (pág. 5).

Quinto principio: Educación, capacitación e información

Como lo define la Alianza Cooperativa Internacional (2015) son las cooperativas quienes ofrecen educación y formación a los colaboradores internos de la cooperativa. Todo esto para que ellos puedan contribuir con mayor eficacia al crecimiento de la cooperativa. Además para que estén en capacidad de informar al público en general las ventajas del cooperativismo.

En palabras de Macías A. (2015), el quinto principio cooperativo “pretende la cualificación de los directivos de la cooperativa para que sean mejores gestores, de sus trabajadores para que sean más productivos, y la de sus socios, para mejorar su conocimiento y actitud” (pág. 8). En este sentido se hace posible el desarrollo de nuevo conocimiento, la generación de ideas innovadoras y la creación y aplicación de procedimientos más eficientes y eficaces.

Sexto principio: Cooperación entre cooperativas

Este principio sugiere que las alianzas entre cooperativas además de consolidar el movimiento cooperativo “son básicas para orientar la puesta en marcha de la integración económica, ya que éstas desempeñan una gran labor de difusión y formación basada en información y experiencias de otras cooperativas” (Cano, 2015, pág. 27).

Como lo asegura Aguilar (2017), las cooperativas tienen el propósito de servir con eficiencia a su comunidad cooperativista. Además tienden a fortalecer el movimiento cooperativo al trabajar conjuntamente con otras organizaciones en la formación de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

Séptimo principio: Interés por la comunidad

El séptimo principio cooperativo determina que las cooperativas deben trabajar “para el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus miembros” (Alianza Cooperativa Internacional, 2009, pág. 4). Es decir, las cooperativas velan por el desarrollo social y mejoramiento económico de las comunidades de su entorno. Además está bajo su responsabilidad la realización de prácticas sanas que respeten el medio ambiente y favorezcan a un sistema sostenible.

Es por ello que el sector cooperativo apoya el emprendimiento y por ende el desarrollo económico de sus socios a través de gestiones monetarias. A más de apoyar y participar enérgicamente en proyectos ambientales y sociales, lo hacen en pro de asegurar el bienestar de las futuras generaciones. Ello mediante el mejoramiento de la calidad de vida de la colectividad actual.

En definitiva, el cumplimiento de los principios genera beneficio a este tipo de empresas, permitiéndoles generar capital social, mismo que se configura como un activo intangible que influye en su competitividad organizativa. Por tal, la práctica de estos valores y principios permite la consecución de los objetivos de sus asociados y a la organización le posibilita una gestión empresarial sostenible (Pedrosa-Ortega & Hernández-Ortiz, 2011).

Balance Social

La importancia del balance social nace de la respuesta que piden los sectores y actores sociales ante los diferentes elementos de impacto que tienen las empresas, y por los cuales deben retribuir con medidas sociales y ambientales. Según Londoño (2012) más del 70% de las empresas tienen conocimiento sobre la responsabilidad social dirigida a diferentes sectores.

El balance social es un instrumento que tienen las organizaciones para tener un análisis de los resultados obtenidos mediante la información generada. Para conocer el desempeño social que realiza, se parte de las evaluaciones continuas sobre la responsabilidad social en comparación a la meta y objetivos establecidos tanto internos como externos de las organizaciones (Díaz & Pereyra, 2011).

Entonces, el Balance es una herramienta de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), a partir de esto, sirve para informar los resultados o compromisos sociales que tiene la empresa. En el caso puntual de las cooperativas de ahorro y crédito, cuyos principios persiguen el fin común, deben implementarlo como retribución del apoyo económico de los socios. Para ello deben desarrollar una serie de actividades que resalten la imagen y los beneficios recibidos.

Aunque el sector cooperativo ofrece servicios en vez de bienes, su impacto no es menor a la de cualquier empresa de producción. Por ello, deben generar esta herramienta de información sobre el compromiso que tienen para con la sociedad y el medio ambiente. Sobre todo, para informar del cumplimiento con los postulados y principios del cooperativismo.

Modelos de balance social

Existen varios modelos del balance social entre los cuales se destacan:

Modelo de la ACI: Las cooperativas de ahorro y crédito, al tener base en los valores y principios de funcionamiento, distinguiendo la gestión democrática, la preocupación por el medio ambiente, por la comunidad y su entorno (Zabala, 2008) utilizan el modelo de balance social de la ACI. Este modelo permite a las cooperativas la inter-evaluación y la intra-evaluación cooperativa. Para ello utilizan una combinación de indicadores sociales cuantitativos y cualitativos por su fácil comprensión. Además por la flexibilidad de este modelo las cooperativas pueden fijar indicadores relacionados a sus propios objetivos sociales, esto con el fin de medir y controlar su grado de cumplimiento (Mugarra-Elorriaga, 2001).

Modelos Ibase: Este modelo de balance social fue introducido desde 1997, por el sociólogo Heber de Souza miembro del Ibase/Betinho (Instituto Brasileiro de Análisis Sociales y Económicos). Este presenta un modelo de balance social único y simple expresando en sí valores financieros y cuantitativos. Además en su estructura presenta indicadores sociales externos e internos, indicadores ambientales y del cuerpo funcional y otras informaciones de la ciudadanía empresarial. Esto lo hace a partir de una planilla de pagos, cargas sociales de funcionarios y empleados, y detalle de gastos

en control ambiental e inversiones en áreas educativas, de salud y culturales (Díaz & Pereyra, 2011).

Modelo de la OIT: este modelo supone al Balance Social como una herramienta de gestión para la planificación, organización, dirección, registro, control y evaluación de la gestión social en las organizaciones. Este combina múltiples propósitos y metodológicamente adopta el criterio del destinatario, en sus dimensiones interna y externa. Contribuye a desarrollar entre las empresas una acción social voluntaria, asignando recursos suficientes para estos efectos. Este balance presenta variables que se ven afectadas por los momentos políticos, económicos y sociales de las comunidades en que están inmersas las organizaciones (Zabala, 2008).

Modelo de balance social ETHOS: Este modelo se basa en la planilla propuesta por el IBASE, al cual incorpora un reporte detallado de los principios y las acciones que realiza la organización. De este modo incita a un mayor análisis en la toma de decisiones. El instituto ETHOS pretende adjudicar a los balances sociales mayor credibilidad y consistencia comparables a los balances financieros (Díaz & Pereyra, 2011).

Modelo Global Reporting Initiative GRI: Es un acuerdo internacional de 1997, realizado con una visión a largo plazo por el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) y CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies). El GRI tiene por objetivo establecer un modelo de patrón internacional bastante difundido tales como los balances financieros. Su propósito es informar sobre temáticas económicas, medioambientales y sociales a través de indicadores sociales. (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, 2006)

Modelo de balance social cooperativo Integral: este modelo tiene base en consta dos informes básicos los cuales son el balance social y el informe social interno. El balance social está dirigido a las áreas interna y externa de la cooperativa. Este modelo presenta indicadores cuantitativos. Además es recomendable revelarlos junto a los estados financieros. Por otra parte el informe social interno está orientado al área interna de la cooperativa, y está expresado a través de indicadores cualitativos (Fenandez-Lorenzo, Geba, Montes, & Schaposnik, 2018).

En cualquiera de los casos, es necesario que las organizaciones sociales cuenten con una estructura funcional sólida. Esto contribuirá altivamente en el desarrollo de este tipo de herramientas, pues es necesario una evaluación y ejecución permanente de sus procesos e indicadores, para ver logrados su objeto social y empresarial.

Beneficios y beneficiarios del balance social

La consolidación del Balance Social y de la Responsabilidad Social Empresarial en las cooperativas permitirá tener beneficios y beneficiarios múltiples; destacando que el valor agregado mejora la atención en grupos de interés, minimizando riesgos como la publicidad no convencional. Se concuerda, con cada punto seleccionado por la Organización de Desarrollo de la Responsabilidad Social de Uruguay; puesto que potencia la imagen de la empresa. Dando como resultado un mejoramiento de la actuación frente a la sociedad, quienes automáticamente se convierten en los beneficiarios directos por tratarse de quien recibe el impacto.

Responsabilidad social e imagen corporativa

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) procura evidenciar la afectación que tienen las empresas al mejoramiento de la sociedad. A través de buenos comportamientos e informes transparentes e íntegros demuestran el compromiso que tienen los asociados. A pesar de que la Responsabilidad Social Empresarial no posee una definición universalmente aceptada, existe un acuerdo general comprendido por acciones voluntarias direccionadas al desarrollo comunitario. Así como también la protección del medio ambiente; los derechos humanos y los laborales (Cooperativa de las Americas , 2018).

La competitividad hace referencia al valor de las empresas que se comprometen con la responsabilidad social. Ha motivado a que empresas de todos los tipos, se integren a esta tendencia cooperativa esencial, estableciendo políticas e informes respecto a sus acciones. Se enfatiza en el modo en cómo la RSE está en el corazón de la actividad cotidiana de sus organizaciones.

La Responsabilidad Social Cooperativa (RSCoop) es un tema de permanente desarrollo, ya que el tratamiento de esta temática implica un gran proceso global

gradual y continuo en las organizaciones cooperativistas (Cooperativa de las Americas , 2018).

La responsabilidad social en las empresas tiene un estrecho lazo con la imagen corporativa, debido a que es cómo se presenta a la sociedad en donde vivimos. El desarrollo de actividades a favor del medio ambiente o grupos vulnerables contribuye positivamente a la resolución de ellos. Es por ello que los empresarios tienen como propósitos y estrategias sociales que las empresas tengan conciencia social, para posicionar a la empresa y propiciar un espacio de comunicación en el mercado (Muñoz-Fajardo, 2014).

La responsabilidad social en la imagen corporativa de las empresas es la integridad profesional que demuestra a la sociedad, con acciones que contribuyen al desarrollo de la misma para conseguir efectos positivos.

Principales casos de Responsabilidad Social

- **Cooperativa de Consumo El Grullo**

Actualmente, en los países de América Latina el cooperativismo y la economía solidaria han ido tomando mayor relevancia. Pues esta es una alternativa al sistema económico capitalista, en la cual predomina el sentido de competencia y egoísmo por ser un ente de poder y acumulador de riqueza entre sus actores. Es por tanto, distinguir a la Cooperativa de Consumo El grullo en Jalisco considerada como un caso de éxito. El Grullo ha logrado consolidarse y mantenerse en el mercado a pesar de tener que competir con las tiendas transnacionales como lo es Walmart y Oxxo.

La cooperativa el Grullo ha sido acreedora de esta distinción por su gran trayectoria, pues fue constituida el 16 de noviembre de 1974 y entró en funcionamiento a mediados de diciembre de ese mismo año. Es decir, esta cooperativa lleva casi 45 años de vida con sus altibajos, siendo una de sus principales afecciones el compromiso financiero que tenía con la banca privada.

Sin embargo, la cooperativa la logrado sobreponerse y ahora se encuentra en un proceso de reestructuración financiera con miras a “la superación de esta etapa para

una posterior independencia financiera en un corto-mediano plazo” (Aguilar-Hernández, 2017, pág. 23). Pues debido a esa situación se encontraba en falta al cumplimiento del cuarto principio cooperativo de autonomía e independencia.

Respecto al cumplimiento de los demás principios, en su balance demuestra un resultado positivo, contando con socios nacionales y extranjeros, y tres miembros con capacidades diferentes, reportando también una tasa de salida muy baja. Por su parte El Grullo realiza inversiones en educación y capacitación, para dar cumplimiento al plan anual de actividades y programas de capacitación. Además realiza actividades culturales y ambientales, de apoyo a los grupos de vulnerabilidad y también ha realizado donaciones a afectados por desastres naturales (Aguilar-Hernández, 2017).

- **Dcoop (Anterior Hojiblanca hasta 2012)**

Otra cooperativa merecedora de reconocimiento es Dcoop, antes conocida como Grupo Hojiblanca. Esta cooperativa es producto de la fusión de la Cordoliva SCA y S. Coop. And. Oleícola Hojiblanca de Málaga, fundadas en 1980 y 1987 respectivamente. Constituyéndose en el año 2003 como Hojiblanca, S. Coop. And. a través de su fusión efectiva. Hoy refundada como Dcoop S.Coop .And tras la aprobación de su fusión con Tierras Altas Aceite de Granada (DCOOP, 2018).

Dcoop es una cooperativa agroalimentaria, líder en la producción oleícola y de vino, que ha incursionado también en el sector de suministros, ganadero, de frutos secos y cereales. Actualmente cuenta con más de 200 cooperativas asociadas, que operan dentro y fuera del territorio español, específicamente cuenta con una entidad socia en Francia. Ha llegado a exportar a más de 70 países, recaudando un valor de 490 millones de euros (DCOOP, 2018).

La cooperativa apunta sus esfuerzos al cumplimiento de los principios cooperativos, pues en el estudio realizado por Pedrosa y Hernández (2011), se manifiesta que los socios y directivos consideran que son necesarios para el crecimiento y una buena gestión. En tanto que consideran que el incorporar nuevos socios contribuye a una mayor dimensión como empresa. Así también consideran que la participación en la toma de decisiones conlleva al éxito empresarial, por motivo de que se genera un sentimiento de responsabilidad e implicación por lograr mejores resultados.

Respecto al cuarto y sexto principio cabe destacar que a pesar de que ha firmado varios acuerdos, ésta aún mantiene su autonomía e independencia. Además ha ejecutado actividades de formación, educación e información en beneficio de sus stakeholders. Igualmente ha realizado colaboraciones en el ámbito social para aportar así a un desarrollo económico y social de la localidad, convirtiéndose en un motor de desarrollo (Pedrosa-Ortega & Hernández-Ortiz, 2011).

- **Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva**

Coomeva es una entidad fundada el 4 de marzo de 1964, gestionada a partir de los valores y principios cooperativos, generando así beneficios sociales y económicos a su comunidad. Coomeva se encuentra comprometida con sus socios y con la comunidad, pues al estar conformado por empresas del sector de salud, financiero, protección y otras como fundaciones, sus actividades están orientadas en el bienestar integral de sus asociados y sus familias.

En cuanto a la responsabilidad en gestión ambiental, Coomeva desde el año 2010 lleva adherido al Pacto Verde Cooperativo, por el cual a través de “Mi Pyme Verde” viene participando en los foros del mismo programa. Así como también lleva realizando acciones de capacitación en sensibilización ambiental y prácticas de siembra de árboles. Además continúa en la realización de la campaña de desconexión, la cual consiste en desconectarse el fin de semana, de este modo busca el ahorro en el consumo de energía eléctrica (Valencia-Molina, 2019).

- **Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPROGRESO**

La responsabilidad social en la COAC COOPROGRESO es evidente, pues han definido los principios cooperativos como parte de su cultura institucional. La cooperativa confía en su aporte para la construcción de un mundo mejor. Es por ello que sus programas y proyectos de responsabilidad social se basan en tres ejes: educación, salud y bienestar y gestión comunitaria, los cuales van dirigidos a los sectores vulnerables de la sociedad.

COOPROGRESO lleva 50 años de trabajo y de realización de acciones transparentes y efectivas en beneficio de la comunidad. Es por tanto que, se ha hecho acreedor a

varios reconocimientos, uno de ellos es los 5 Diamantes del Mix Market y la ocupación del segundo lugar al Reconocimiento General Rumiñahui, esto por sus buenas prácticas de responsabilidad social. (COOPROGRESO, 2019)

- **Cooperativa de Ahorro y Crédito El Sagrario**

La responsabilidad social para las entidades financieras son el conjunto de actividades en donde los resultados al servir a los sectores sociales son reflejo de una buena imagen como empresa responsable con la sociedad. Es por tanto que la Cooperativa de Ahorro y Crédito El Sagrario realiza desde hace tres años donativos para la Fundación Divina Misericordia integrada por adultos mayores con enfermedades crónicas como el cáncer. Iniciativa realizada también con la Fundación CEBYCAM-CES de Guano para personas con discapacidad. Además de realizar dichos donativos la cooperativa cuenta con un voluntariado social interno. Otra buena práctica que realizan es con el medio ambiente, ya que participan en el reciclaje de basura inorgánica.

Para el año 2017, Abelardo Bonilla jefe de Calidad y Manejo de Procesos, mencionó que en la ciudad de Ambato existen 92 cooperativas de las 115 registradas en la provincia de Tungurahua. También recalco que las acciones de responsabilidad social realizadas por las cooperativas no son obligatorias, a diferencia del balance social que sí lo es (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017).

Las actividades de responsabilidad social de las cooperativas son uno de los ejes significativos fundamentales de este tipo de organizaciones, de forma que se considera como una característica distintiva del sistema solidario.

Cooperativa Policía Nacional

La Cooperativa Policía Nacional (2018), desde el año 2010 ha venido realizando proyectos y programas de Responsabilidad Social donde se manifiesta el apoyo a los integrantes de la Policía Nacional. Este apoyo es destinado a sus familiares como lo son los hijos de los policías fallecidos. La entrega de ayuda económica a familiares de policías activos y pasivos es para estudios de primer y segundo nivel con un bono de \$250 y de tercer nivel con \$350.

El principal objetivo de la realización de esos proyectos es el desarrollo del entorno social conjunto y el mejoramiento de la calidad de vida de las familias de su entorno. Además con sus acciones esperan fortalecer el desarrollo social de toda la comunidad en la cual se encuentran inmersos (Cooperativa Policia Nacional, 2018).

Operaciones de las cooperativas

En conformidad al art.194 del Código Orgánico Monetario y Financiero (2014), las instituciones del sector financiero podrán realizar las siguientes operaciones de acuerdo a la autorización otorgada por el organismo de control.

Cuadro N° 2. Operaciones del Sector Financiero Popular y Solidario

Operaciones del Sector Financiero Popular y Solidario	
Activas	Pasivas
Negociar letras de cambio, libranzas, pagarés, facturas y otros documentos de obligación de pago creados por ventas a crédito, así como el anticipo de fondos con su respectivo respaldo	Recibir depósitos a la vista y a plazo
Adquirir, conservar y enajenar, por cuenta propia o de terceros, títulos emitidos por el ente rector de las finanzas públicas y por el Banco Central del Ecuador	Recibir préstamos y aceptar créditos de entidades financieras del país y del exterior
Efectuar inversiones en el capital de una entidad de servicios financieros y/o una entidad de servicios auxiliares del sistema financiero para convertirlas en sus subsidiarias o afiliadas	Actuar como originador de procesos de titularización con respaldo de la cartera de crédito hipotecaria, prendaria o quirografaria, propia o adquirida
Contingentes	Servicios
Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, el otorgamiento de garantías, fianzas y cartas de crédito internas y externas, o cualquier otro documento	Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos, así como emitir giros contra sus propias oficinas o las de entidades financieras nacionales o extranjeras
	Efectuar servicios de caja y tesorería
	Recibir y conservar objetos, muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores
	Otorgar préstamos a sus socios
	Constituir depósitos en entidades del sistema financiero nacional

Actuar como emisor u operador de tarjetas de débito o tarjetas de pago
Emitir obligaciones de largo plazo con respaldo en sus activos, patrimonio, cartera de crédito hipotecaria o prendaria, propia o adquirida (originada en operaciones activas de crédito de otras entidades financieras)
Efectuar inversiones en el capital social de las cajas centrales
Efectuar operaciones con divisas

Elaborado a partir de: Código Orgánico Monetario y Financiero (2014)

Valor agregado cooperativo

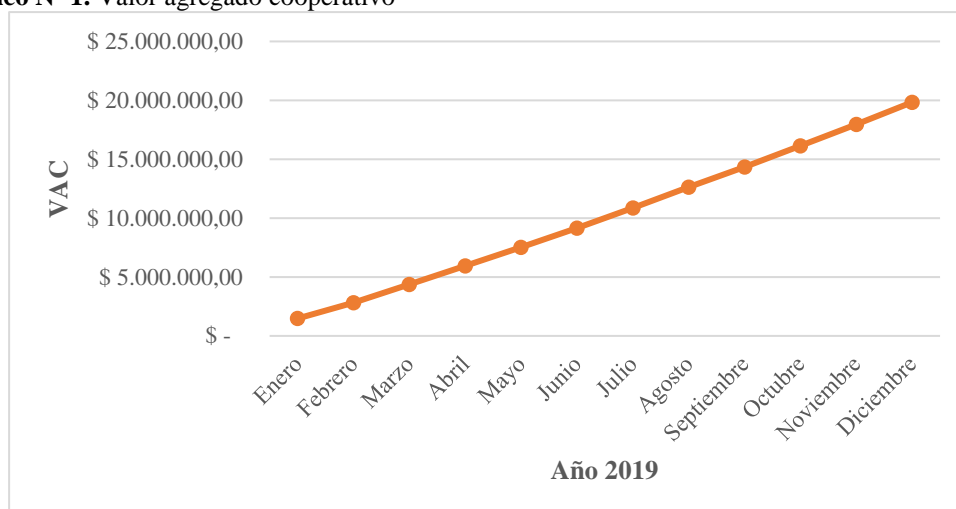
En cooperativa se distribuye el VAC a sus trabajadores a través de salarios y beneficios, al Estado mediante el pago de impuestos, a sus asociados, inversionistas y ahorristas a través de intereses, a proveedores, a financiadores mediante pago de intereses, a la capitalización de utilidades y a acciones de responsabilidad social.

Tabla N° 2. Valor agregado cooperativo

Año 2019	VAC
Enero	\$ 1.476.760,49
Febrero	\$ 2.830.120,32
Marzo	\$ 4.381.834,93
Abril	\$ 5.933.067,22
Mayo	\$ 7.531.958,02
Junio	\$ 9.143.307,26
Julio	\$ 10.865.790,51
Agosto	\$ 12.632.059,73
Septiembre	\$ 14.356.823,56
Octubre	\$ 16.147.749,60
Noviembre	\$ 17.950.758,40
Diciembre	\$ 19.838.736,51
Total	\$ 123.088.966,55

Elaborado a partir de: Boletín de la SEPS (2020)

Gráfico N° 1. Valor agregado cooperativo



Elaborado por: Quilligana (2019)

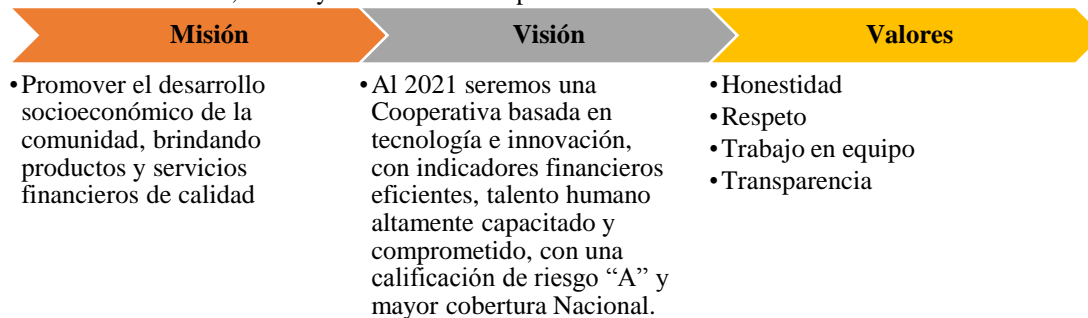
Gráficamente se puede constatar que el VAC de la cooperativa en el transcurso del año 2019, tiene una variación positiva mes a mes, pues se observa que este valor ha ido incrementando moderadamente.

Plan Estratégico

El plan estratégico es una herramienta que reúne “la planificación de la organización a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo” (Altair Consultores, 2010, pág. 14). Este plan se estructura desde la misión, visión, valores, objetivos estratégicos y análisis FODA hasta la definición de estrategias y planes de acción para alcanzar los objetivos organizacionales propuestos (Pimentel, 1999).

En las cooperativas de ahorro y crédito, para el diseño de este plan no se obvia la naturaleza de la organización.

Gráfico N° 2. Misión, visión y valores de la cooperativa



Fuente: Cooperativa de ahorro y crédito Ambato (2019)

Balanced Scorecard

El BSC o CMI (cuadro de mando integral), es una herramienta de gestión que interrelaciona los objetivos con las acciones de la empresa. Este permite la implementación efectiva de estrategias, evaluar el desempeño organizacional para así tener un control permanente sobre los factores. Además el BSC presenta los objetivos estratégicos enfocados en cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje y crecimiento (Montoya, 2011).

Gráfico N° 3. Perspectivas del BSC



Elaborado a partir de: Dávila (1999) y Montoya (2011)

El balanced Scorecard sirve de gran utilidad, puesto que integra todas las operaciones e involucra a los diferentes niveles de la organización. Pues permite la medir el cumplimiento de los objetivos a través de indicadores. Del mismo modo permite determinar las falencias y poder enfocarse en los puntos críticos detectados.

2.2 Hipótesis (opcional) y/o preguntas de investigación

H1: El principio de Membresía voluntaria y abierta se relaciona de manera positiva con la imagen de la cooperativa de ahorro y crédito.

H6: El principio de Cooperación entre cooperativas se relaciona de manera positiva con la imagen de la cooperativa de ahorro y crédito.

Las hipótesis antedichas guardan relación con la imagen de la cooperativa y entre sí, pues Macías (2018) argumenta que el principio de membresía voluntaria y abierta amplía su tendencia expansiva a otras formas de integración (cooperación entre cooperativas). Es así que desde el punto de vista de Gili (2011) la intercooperación mediante su comunicación como modelo de negocio cooperativo y de colaboración, se convierte en un elemento estratégico que mejora la imagen de grupo. Este mejoramiento es a nivel político y social, que potencia a su vez la integración de otras cooperativas (Equipo de comunicación de Femucor, 2012).

H2: El principio de Control democrático de los miembros se relaciona de manera positiva con la imagen de la cooperativa de ahorro y crédito.

La relación de este principio ha sido explicada a través del modelo teórico de Chaves y Soler (2004), quienes en su estudio mencionan que las publicaciones de las estructuras y prácticas del buen gobierno de las sociedades cooperativas ofrecen a la comunidad una percepción de mejor imagen fiel de la organización.

Cabe recalcar que la imagen resulta directamente de los actos y conductas tanto sociales como éticas que realizan las instituciones (García-Guardia & Llorente-Barroso, 2009).

H3: El principio de Participación económica de los miembros se relaciona de manera positiva con la imagen de la cooperativa de ahorro y crédito.

H4: El principio de Autonomía e independencia se relaciona de manera positiva con la imagen de la cooperativa de ahorro y crédito.

Las anteladas hipótesis son respaldadas por Guridi y Pérez (2014) quienes en su investigación sostienen que, los recursos económicos aportados por los socios constituyen un tipo de financiamiento a largo plazo. Este mitiga la dependencia de financiación de fuentes externas. Por tanto, esta realidad contribuye al mejoramiento de la imagen de las organizaciones cooperativas frente a terceros.

H5: El principio de Educación, capacitación e información se relaciona de manera positiva con la imagen de la cooperativa de ahorro y crédito.

H7: El principio de Interés por la comunidad se relaciona de manera positiva con la imagen de la cooperativa de ahorro y crédito.

Estas hipótesis se encuentran respaldadas bajo la investigación de Ovalles-Pabón, y otros (2018) quienes aseveran que el principio de educación, capacitación e información favorece a una mejor percepción de la imagen corporativa. Esto a través de capacitaciones y orientaciones a sus colaboradores, en temas de desarrollo sostenible y ética empresarial y mediante la información que se genera y se hace llegar al público (Capriotti, 2002).

Del mismo modo Coba, Díaz, Zurita y Proaño (2017) afirman que las prácticas medioambientales influyen positivamente en la imagen corporativa. Otros autores como Echeverría, Abrego y Medina (2018) y Alvarado y Schlesinger (2008) indican que las organizaciones al centrar sus políticas en el cuidado ambiental y desarrollo social, a través de programas sociales también tienen incidencia en la imagen. Claro está que la responsabilidad social es un factor clave que ayuda a la visualización y construcción de una buena imagen. En este sentido la información y comunicación del buen accionar de la empresa promueve y fortalece la identidad así como la imagen corporativa (Castaño-González, 2011).

H8: El principio de Membresía voluntaria y abierta se relaciona de manera positiva con los beneficios percibidos por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito.

H11: El principio de Autonomía e independencia se relaciona de manera positiva con los beneficios percibidos por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito.

Las hipótesis predichas se hallan respaldadas por Colón (2014), quien alude que el principio de autonomía le impide al Estado y a externos la intervención en el juicio de la asamblea de socios. De este modo se garantiza los derechos de participación igualitaria en los procesos democráticos. En torno a este principio se crea una relación con el principio de membresía voluntaria y abierta. Bajo este escenario Colón expresa que si el socio no está conforme con las decisiones adoptadas por la mayoría o por cualquier otro motivo, este principio le garantiza el derecho de desvinculación. Al mismo tiempo le garantiza el retorno de los aportes en cualquier momento, ya que está en su libre derecho, siendo estos unos de los beneficios que brindan éste tipo de sociedades cooperativas.

H9: El principio de Control democrático de los miembros se relaciona de manera positiva con los beneficios percibidos por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito.

H10: El principio de Participación económica de los miembros se relaciona de manera positiva con los beneficios percibidos por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito.

Estas hipótesis hallan respaldo en la teoría de Serna y Rubio (2016), pues aseguran que las cooperativas al ser controladas democráticamente, esta condición les brinda garantía y confianza a los asociados sobre la administración de sus aportes. Además le otorga al socio el derecho para votar en la Asamblea general, a elegir a sus autoridades y a exigir informes acerca de la cooperativa (Izquierdo-Muciño, 2018; Fajardo-García & Meira, 2018). En este sentido al ser los socios quienes contribuyen a la formación de capital, Izquierdo (2018) en su investigación menciona que el socio se hace beneficiario de los rendimientos a partir de los excedentes y en proporción a sus operaciones (Alianza Cooperativa Internacional, 2009; Pérez-Sanz, Esteban-Salvador, & Gargallo-Castel, 2009).

H12: El principio de Educación, capacitación e información se relaciona de manera positiva con los beneficios percibidos por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito.

Esta hipótesis encuentra su fundamento en el estudio de Martínez (2014), pues con este principio el beneficio percibido es tanto externo como interno. Siendo que se brinda formación educativa a sus asociados, además de educar a los colaboradores para su desarrollo y desempeño profesional. Aparte de esto, el informar a los involucrados y al público en general sobre su función y el beneficio de la cooperación, los hace atractivos para la afiliación de nuevos socios y por ende se fortalecen como institución (Reyes-Lavega, 2012). Del mismo modo “la formación e información” responde a los intereses de los socios cooperativistas concluyendo en la generación de capacidad para decidir y aceptar los riesgos, a la vez que involucra y pone en conocimiento las problemáticas de la cooperativa (Pedrosa-Ortega & Hernández-Ortiz, 2011).

H13: El principio de Cooperación entre cooperativas se relaciona de manera positiva con los beneficios percibidos por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito.

Esta hipótesis es respaldada por Cano (2015), quien manifiesta que con la intercooperación se favorece al incremento de los ingresos de sus asociados y mejora las condiciones de vida de los mismos. Mientras tanto para sus colaboradores el beneficio radica en la mejora de su desempeño organizacional y por efecto resulta en un buen gobierno, entre otros. En este sentido los beneficios de la intercooperación tienen varias dimensiones, como lo concluyen Vázquez, Silva y Liquidano (2016) en su estudio, afirmando que los acuerdos de cooperación generan beneficios en el ámbito productivo, de mercado, de innovación y de administración.

H14: El principio de Interés por la comunidad se relaciona de manera positiva con los beneficios percibidos por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito.

Respecto a esta hipótesis, el estudio de Pedrosa-Ortega & Hernández-Ortiz (2011) corrobora que las sociedades cooperativas al estar interesadas en el desarrollo del entorno en donde se insertan, buscan y toman las medidas necesarias para su cause, pues están situadas junto a sus socios. En este sentido, son los socios y otros externos quienes se benefician principalmente de sus acciones de responsabilidad social tales como: colaboraciones educativas, institucionales, apoyo a actividades organizadas por asociaciones, colaboraciones deportivas y de beneficiencia, entre otras.

H15: La imagen corporativa se relaciona de manera positiva con los beneficios percibidos por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito.

De acuerdo con De la Fuente y Díaz (2013), la imagen corporativa influye directamente en la calidad percibida por los clientes, ésta entendida en nuestro estudio como uno de los beneficios que perciben los socios. Es así que a través de la proyección de una imagen de transparencia en la prestación de servicios hacia la comunidad se genera en los socios una sensación de confianza. Aunado a esto en el estudio de Torres, Flavián e Hidalgo (2007) se afirma que la imagen corporativa es clave para la generación de confianza. Algo similar ocurre en el estudio de Bravo, Matute y Pina (2011) que revela que la dimensión de localización de la imagen corporativa tiene un efecto directo en la satisfacción percibida por el cliente (socio) en términos de beneficio.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Recolección de la Información

Población, muestra y unidad de análisis

Para objetos de este estudio la determinación de la muestra con un nivel de error del 5% y nivel de confianza del 95%, sugiere encuestar a 381 personas-socios.

No obstante se logró encuestar a 468 socios en total, de las diferentes agencias de la cooperativa a la cual se pudo tener accesibilidad. De su conjunto se excluyeron 12 encuestas al momento de la tabulación y codificación por motivo de hallarse incompletas.

Como resultado se obtuvo 456 encuestas válidas para su posterior análisis y elaboración del modelo de relación causal.

Fuentes Primarias y Secundarias

Para este estudio se obtuvo información de fuentes primarias puesto que dicha información fue proporcionada directamente por los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En cuanto para el desarrollo teórico de la tesis se contó con fuentes secundarias de información, expresamente se hizo uso de la base de datos ProQuest de la biblioteca virtual de la universidad, además de otras bases como Redalyc.org y Dialnet. Esto por motivo de que la investigación tuvo base en anteriores investigaciones relacionadas con la temática de estudio.

Instrumentos y Métodos para recolectar Información

Como instrumento de recolección de información se utilizó un cuestionario de 46 ítems (afirmaciones) formulados a manera de opinión con claridad y discriminantes, los cuales indagan sobre las variables de estudio. Dicho cuestionario se encuentra valorado

bajo escala de Likert con cinco opciones de respuesta, las cuales se describe a continuación:

Cuadro N° 3. Escalas de valoración

Tipo	Opciones	Ponderación	Resultado
Grado de acuerdo	En total desacuerdo	1	1-2 Muy desfavorable 2.1-3 Desfavorable 3.1-4 Favorable 4.1-5 Muy favorable
	En desacuerdo	2	
	Indiferente	3	
	De acuerdo	4	
	En total de acuerdo	5	
Grado de frecuencia	Nunca	1	
	Casi nunca	2	
	A veces	3	
	Casi siempre	4	
	Siempre	5	
Nivel	Muy bajo	1	
	Bajo	2	
	Regular	3	
	Alto	4	
	Muy alto	5	
Calidad	Pésimo	1	
	Malo	2	
	Regular	3	
	Bueno	4	
	Excelente	5	

Elaborado a partir de: (Morales-Vallejo, 2010)

Confiabilidad y validez de los instrumentos de investigación utilizados

Para elaborar y validar el modelo propuesto se procedió a testear un modelo de ecuaciones estructurales mediante la utilización del software estadístico SmartPLS. Esto debido a que posibilita la comprobación de la relación existente significativa hacia el constructo en medición. Para efectos de este estudio, el uso de estos modelos se ajustó a los objetivos de la investigación por considerarse modelos multivariantes que además permiten incorporar constructos abstractos no visibles como lo son los principios cooperativos.

En este caso, al ser un modelo reflexivo fue necesaria la evaluación de la consistencia interna del modelo a través de las siguientes medidas:

- Validez discriminante: Criterio de Fornell y Larcker, las cargas cruzadas y el Criterio Heterotrait-Monotrait (HTMT).
- Consistencia interna: el alfa de Cronbach, el rho y la fiabilidad compuesta.
- Validez convergente: las cargas de los indicadores y la varianza extraída media.
- Estadísticos de colinealidad (FIV).

3.2 Tratamiento de la Información

Esta investigación posee estudios descriptivos y estudios correlacionales, debido a la información cuantitativa que utiliza la investigación. Fue necesario el uso de tablas de frecuencia y graficas circulares que permitan una mejor apreciación de los resultados de la investigación. Por otra parte tiene estudios correlacionales puesto que se pretende asociar la imagen y beneficios percibidos por los socios de la cooperativa junto con los principios cooperativos de la ACI.

Como se manifiesta, la información obtenida a través de la aplicación de la encuesta a los socios de la cooperativa fue tabulada mediante el software estadístico SPSS, el mismo que arrojó los resultados primarios de esta investigación.

Posteriormente se procedió a importar información relevante y necesaria al software estadístico SmartPLS 3 compatible con todas las versiones actuales de Windows.

Con los datos ingresados en el software se lanzó el algoritmo PLS para obtener los coeficientes de trayectoria que varían entre -1 y 1. Posteriormente se diseñó del diagrama estructural del modelo con las ecuaciones lineales que definen las relaciones entre las variables.

3.3 Operacionalización de las variables

3.3.1 Operacionalización de variable independiente: Principios cooperativos

Cuadro N° 4. Operacionalización: Principios cooperativos

Concepto	Categoría	Indicadores	Ítems		Técnica	Instrumento
<p>Principios Cooperativos</p> <p>Los principios son aquella conjunción entre los valores y normas bajo la cual nosotros como personas o instituciones nos regimos. En este sentido Moreno (2016) menciona que “los valores constituyen el sustrato de los principios”.</p>	Membresía Voluntaria y Abierta	Apertura	MVA4	Mi decisión de unirme a la cooperativa ha sido libre y voluntaria	Encuesta aplicable a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato	Cuestionario
			MVA5	Varios miembros de mi familia son socios de la cooperativa		
		Salida Voluntaria	MVA2	He considerado retirarme de la cooperativa por no estar de acuerdo con el trato discriminatorio hacia otros socios		
		No discriminación	MVA1	He sido discriminada/o por parte de la cooperativa debido a mi condición social		
			MVA3	He sido testigo de tratos preferenciales hacia otros socios de la cooperativa que no se encuentran en el grupo de "Atención prioritaria"		
	Control Democrático de los Miembros	Accesibilidad a cargos	CDM4	He tenido la oportunidad de postular como miembro a la Asamblea General y al Consejo de Administración y Vigilancia de la cooperativa	Encuesta aplicable a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato	Cuestionario
		Participación democrática	CDM1	He tenido la oportunidad de participar activamente en las elecciones a representantes de la cooperativa		
			CDM2	He participado en las decisiones que toma la cooperativa		
			CDM3	Mis sugerencias respecto al actuar y gestión de la cooperativa han sido tomadas en cuenta		
		Equilibrio de poder	CDM5	Considero que la cooperativa fomenta los valores de justicia y honestidad, a través del desempeño ético de sus funciones		

Elaborado por: Quilligana (2019)

Concepto	Categoría	Indicadores	Ítems		Técnica	Instrumento
	Participación Económica de los Miembros	Tasa de interés	PEM1	Considero que el valor de los intereses percibidos por depósitos a la vista y por depósitos a plazo son justos	Encuesta aplicable a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato	Cuestionario
			PEM2	Según mi apreciación el valor de los intereses pagados por créditos y microcréditos en relación a otras cooperativas son:		
		Revelación	PEM3	He observado que la cooperativa muestra información económica de una manera regular y permanente		
		Capital como propiedad común	PEM4	Considero que establecer reservas a partir de las ganancias de la cooperativa es importante para su desarrollo.		
			PEM5	Considero que mi aporte para ser socio de la cooperativa es igualitario respecto al de otros socios		
	Autonomía e Independencia	Independencia financiera	AEI1	Considero que la cooperativa cuenta únicamente con fondos propios para poder operar	Encuesta aplicable a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato	Cuestionario
			AEI4	Me han contado que las utilidades anuales de la cooperativa son:		
		Autodeterminación empresarial	AEI2	Estoy seguro/a que la cooperativa desarrolla sus actividades de acuerdo a un plan estratégico		
		Autonomía administrativa	AEI3	Me he percatado que la cooperativa cuenta con reglamentos bien definidos y que estos han sido socializados		
		Acuerdos	AEI5	La cooperativa ha firmado acuerdos de proyectos conjuntos con otras organizaciones		

Elaborado por: Quilligana (2019)

Concepto	Categoría	Indicadores	Ítems		Técnica	Instrumento
	Educación, Capacitación e Información	Información	ECI1	Recuerdo haber sido invitado a socializaciones sobre los principios, valores y métodos cooperativos de la institución	Encuesta aplicable a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato	Cuestionario
		Capacitación	ECI5	Tengo en conocimiento que la cooperativa socializa al personal acerca de los efectos de la corrupción y las maneras de combatirlas		
			ECI2	Tengo entendido que se han realizado capacitaciones al personal de la cooperativa acerca del Código de ética al que está regido		
		Educación	ECI3	Tengo entendido que la cooperativa educa a sus asociados para poder deliberar adecuadamente en las asambleas.		
			ECI4	He desarrollado actividades de orientación en ética, liderazgo y políticas públicas conjuntamente con la cooperativa		
	Cooperación entre Cooperativas	Integración económica	CEC1	Tengo conocimiento sobre la inversión que realiza la cooperativa en otras cooperativas	Encuesta aplicable a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato	Cuestionario
			CEC2	Tengo en conocimiento que otras cooperativas realizan inversiones en mi cooperativa		
			CEC3	He visto en prensa que mi cooperativa se ha fusionado o ha absorbido a otra cooperativa		
		Intercooperación	CEC4	Tengo en conocimiento que mi cooperativa mantiene convenios con otras cooperativas		
			CEC5	La cooperativa ha firmado acuerdos con organismos gubernamentales para el desarrollo de la comunidad		
Integración social	CEC6	La cooperativa se encuentra asociada a la Red de Integración Ecuatoriana de Cooperativas de Ahorro y Crédito				

Elaborado por: Quilligana (2019)

Concepto	Categoría	Indicadores	Ítems		Técnica	Instrumento
	Interés por la Comunidad	Compromiso Comunitario y ambiental	IPC1	He visto en la prensa que la cooperativa ayuda y participa en programas de emprendimiento, de sostenibilidad ambiental y socioculturales que se desarrollan en la comunidad	Encuesta aplicable a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato	Cuestionario
IPC4			Tengo entendido que la cooperativa realiza prácticas que no perjudican al medio ambiente			
IPC5			He notado que la atención que brinda la cooperativa hacia el grupo de atención prioritaria es:			
IPC2		Siendo miembro de la cooperativa, considero que mi nivel de vida es:				
IPC3		La cooperativa es responsablemente social porque cumple con las leyes del Estado y sus organismos				
		Compromiso con el asociado				
		Compromiso con el estado				

Elaborado por: Quilligana (2019)

3.3.2 Operacionalización de variable dependiente: Imagen y beneficios percibidos

Cuadro N° 5. Operacionalización: Imagen y beneficios percibidos

Concepto	Categoría	Indicadores	Ítems		Técnica	Instrumento
<p>Imagen corporativa</p> <p>Se entiende como imagen corporativa a aquellos rasgos y cualidades conductuales diferenciales de una entidad, los cuales pueden ser percibidos por la sociedad</p>	Identificadores	Percepción	IMC1	Considero que mi cooperativa es socialmente responsable con el medio ambiente	Encuesta aplicable a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato	Cuestionario
			IMC2	Bajo mi criterio la cooperativa ha generado empleo más estable y de más calidad		
		Reconocimiento	IMC3	He visto en publicaciones de prensa que la cooperativa es reconocida por su desempeño ético y social		
		Localización	IMC4	La cooperativa tiene cobertura a nivel nacional		
		Identidad	IMC5	La cooperativa mantiene su esencia cooperativista		
<p>Beneficios percibidos</p> <p>Es aquel bien o provecho que recibe una persona como retribución de alguna acción realizada</p>	Beneficio	Social	BEP1	La cooperativa desenvuelve un papel importante en el desarrollo de las comunidades	Encuesta aplicable a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato	Cuestionario
		Personal	BEP2	La cooperativa genera plena confianza en mi persona como socio		
	Beneficiarios	Socios cooperativistas	BEP3	Mi calidad de vida ha mejorado a través de los créditos recibidos de la cooperativa		
			BEP4	La cooperativa incentiva el ahorro a través de altas tasas de interés		
		Comunidad cooperativista	BEP5	Tengo entendido que la cooperativa realiza actividades educativas, culturales, deportivas y recreativas		

Elaborado por: Quilligana (2019)

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados y discusión

Con la aplicación de las encuestas a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, mismas que fueron levantadas en las agencias de la cooperativa a las cuales se pudo tener acceso respecto a movilidad. Tras su respectiva tabulación y análisis se obtuvo la información necesaria para proceder a la demostración gráfica de resultados y posteriormente a la comprobación de la hipótesis planteada.

Los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento encuesta brindan información acerca de los principios cooperativos tales como: Membresía Voluntaria y Abierta (MVA), Control Democrático de los Miembros (CDM), Participación Económica de los Miembros (PEM), Autonomía e independencia (AEI), Educación Capacitación e Información (ECI), Cooperación Entre Cooperativas (CEC), Interés por la Comunidad, además de revelar información sobre la Imagen (IMC) y los Beneficios Percibidos (IPC), los cuales se muestran a continuación.

Resultados de Datos Generales

Edad y género de encuestados

Tabla N° 3 Edad y género

Edad / Género	Masculino	Femenino	Total
18 - 25	25	45	70
26 - 35	84	87	171
36 - 45	63	59	122
46 - 55	37	25	62
≥56	18	13	31
Total	227	229	456

Elaborado por: Quilligana (2019)

Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

Los resultados obtenidos de la encuesta demuestran que del total de los socios encuestados en la cooperativa un 37,50% oscilan entre la edad de 26 a 35 años, predominando del género femenino con un 19,08%. Seguido de un 26,75% entre las edades de 36 a 45 años, habiendo una diferencia no tan significativa entre géneros de encuestados. Continuando con un 15,35% de encuestados que se encuentran en edad joven de 18 a 25 años, siendo por mucho, más predominante el género femenino.

Así mismo un 13,60% de encuestados corresponden a las edades de entre 46 a 55 años, en este caso es el género masculino 2,63% más que el femenino. Finalmente solo un 6,80% tienen de 56 años en adelante, resultando el género masculino más predominante con un 3,95%. En conclusión, el mayor número de socios se encuentran en la edad adulta comprendiente desde los 26 hasta los 45 años de edad.

Como se puede observar en la tabla anterior sobre el género de los socios Cooperativa de Ahorro y Crédito, del total de los encuestados el 50,22% son de género femenino. Mientras tanto el 49,78% restante son de género masculino, por tanto se podría decir que la cooperativa no es discriminativa pues no existe una gran diferencia entre el número de socios y socias afiliadas.

Agencia y nivel educativo de encuestados

Tabla N° 4 Agencia y nivel educativo

Agencia/Nivel educativo	Educación Básica	Bachillerato	Técnico Superior	Tercer Nivel	Postgrado	Total
Ambato - Matriz	42	52	28	48	8	178
Ambato - Sur	2	20	5	2	1	30
Pelileo	14	16	11	8	0	49
Cevallos	10	13	1	4	0	28
Latacunga	8	28	12	13	3	64
Pujilí	2	13	14	7	0	36
Saquisilí	10	14	8	4	2	38
Riobamba	6	7	4	0	0	17
Tena	1	7	4	4	0	16
Total	95	170	87	90	14	456

Elaborado por: Quilligana (2019)

Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

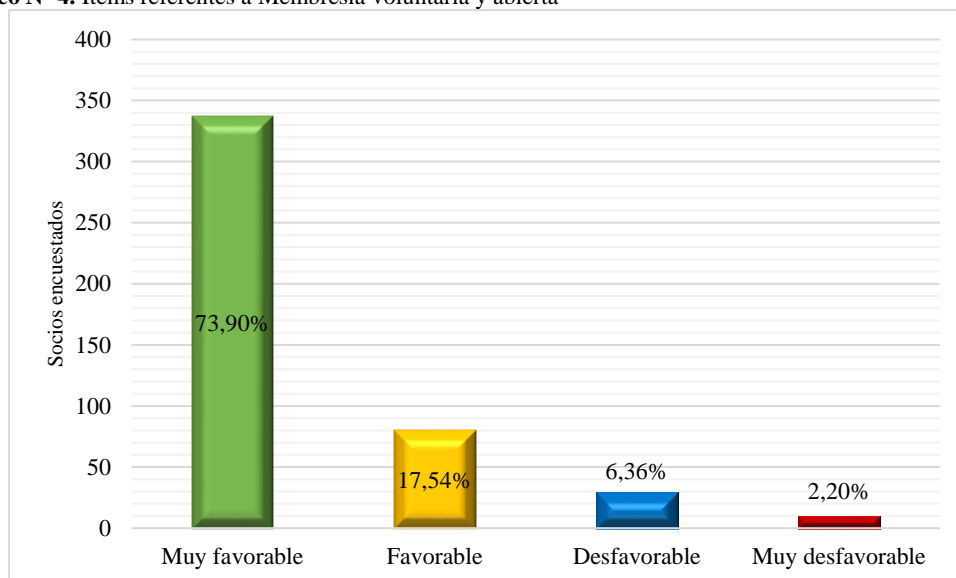
Como resultados de las encuestas aplicadas en la COAC Ambato se pudo determinar que el 39,04% de los encuestados fueron correspondientes a la agencia Ambato-Matriz, predominando socios con nivel educativo de bachillerato y tercer nivel con un 11,40% y 10,53% respectivamente. Seguida de un 14,04% y 10,75% correspondientes a la agencia de Latacunga y Pelileo, contando con un 6,14% de socios bachilleres y 3,07% con instrucción básica respectivamente.

Mientras tanto solo un 3,51% se pudo encuestar en la agencia de la ciudad del Tena, provincia de Napo. Por tanto se puede asumir que más del 50% de la información levantada se centra en la ciudad de Ambato, puesto que al ser una ciudad grande se encuentra más afluencia de socios en dichas oficinas.

Como lo muestra la tabla, la mayoría de socios en conjunto son bachilleres con un 37,28%, seguido con un 20,83% de socios quienes terminaron su educación básica. Continuado de un 19,74% y 19,08% que tienen el nivel educativo de técnico superior y de tercer nivel respectivamente, mientras que el 3,07% ha cursado su postgrado. En conclusión, casi la mitad de los encuestados poseen un nivel de educación alto por lo cual estuvieron entendidos en el tema en cuestión.

Ítems referentes al Principio N°1. Membresía voluntaria y abierta

Gráfico N° 4. Ítems referentes a Membresía voluntaria y abierta



Elaborado por: Quilligana (2019)

Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

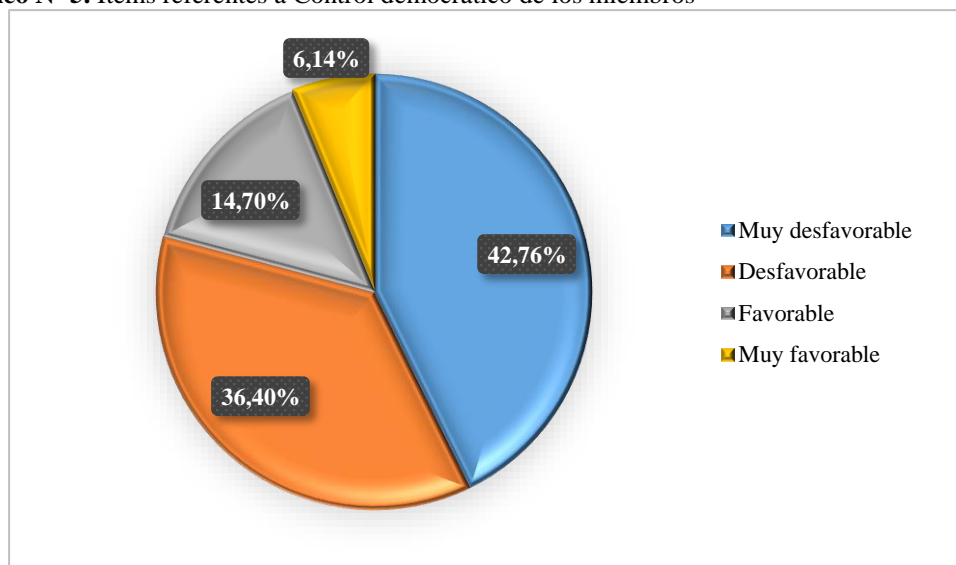
A través de la aplicación de la encuesta, se determinó que los ítems diseñados correspondientes al principio de membresía voluntaria y abierta tienen una respuesta del 73,90% muy favorable. Seguido de un 17,54% con respuesta favorable, un 6,36% que respondieron desfavorablemente y finalmente un 4,61% con respuesta muy desfavorable.

Es decir, en su mayoría los socios están en total acuerdo y de acuerdo que la cooperativa emplea el primer principio cooperativo de MVA, puesto que su adhesión ha sido libre y voluntaria (MVA4), dicho en palabras de Vargas (2015), el socio ingresa a la cooperativa porque quiere y permanecerá mientras lo desee.

Por otra parte han manifestado de que nunca o casi nunca han sido testigos de tratos preferenciales hacia socios que no están considerados en el grupo de atención prioritaria (MVA3). Asimismo que no han sufrido algún tipo de discriminación (MVA1), por tanto ellos no se han puesto en consideración el retirarse de la cooperativa (MVA2). Por el contrario informan de que varios miembros en sus familias también se encuentran asociados a la misma cooperativa (MVA5).

Ítems referentes al Principio N°2. Control Democrático de los Miembros

Gráfico N° 5. Ítems referentes a Control democrático de los miembros



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

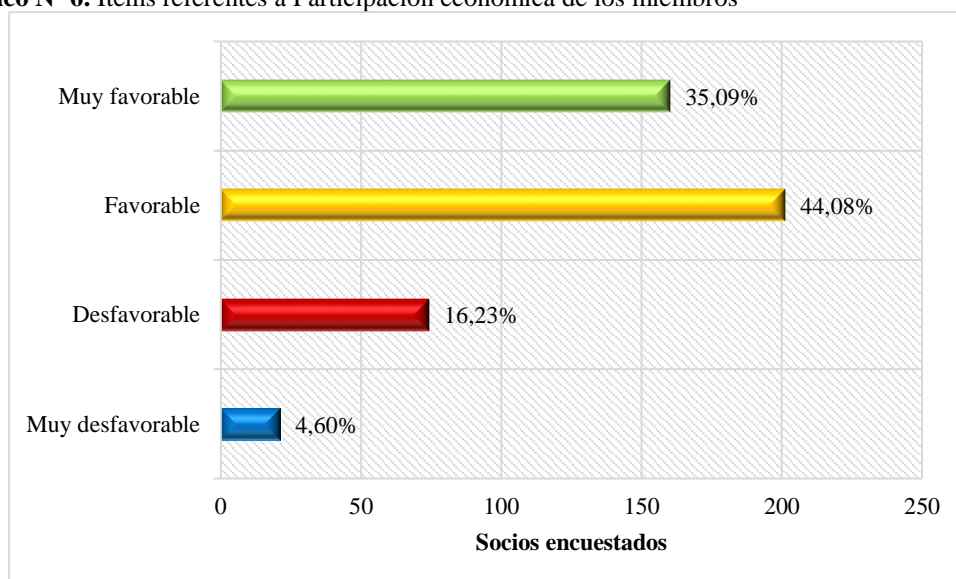
Análisis e Interpretación

Los ítems diseñados para analizar la aplicación del principio de control democrático de los miembros obtuvieron un resultado del 42,76% muy desfavorable, seguido de un 36,40% desfavorable, continuando con el 14,59% favorable y concluyendo con un 6,14% muy favorable.

Esto a partir de que el ítem 2 y los ítems del 34 al 37 que tratan acerca de las dimensiones de este principio tienen una respuesta negativa en los aspectos de participación activa en las elecciones a representantes (CDM1) y oportunidad de postulación a ser miembro de la Asamblea General y del Consejo de Administración y Vigilancia (CDM4). De igual manera la participación en las decisiones de la cooperativa (CDM2), la atención a las sugerencias en relación a la gestión cooperativista (CDM3) y la consideración de un desempeño ético mediante el fomento de los valores de justicia y honestidad (CDM5).

Ítems referentes al Principio N°3. Participación Económica de los Miembros

Gráfico N° 6. Ítems referentes a Participación económica de los miembros



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

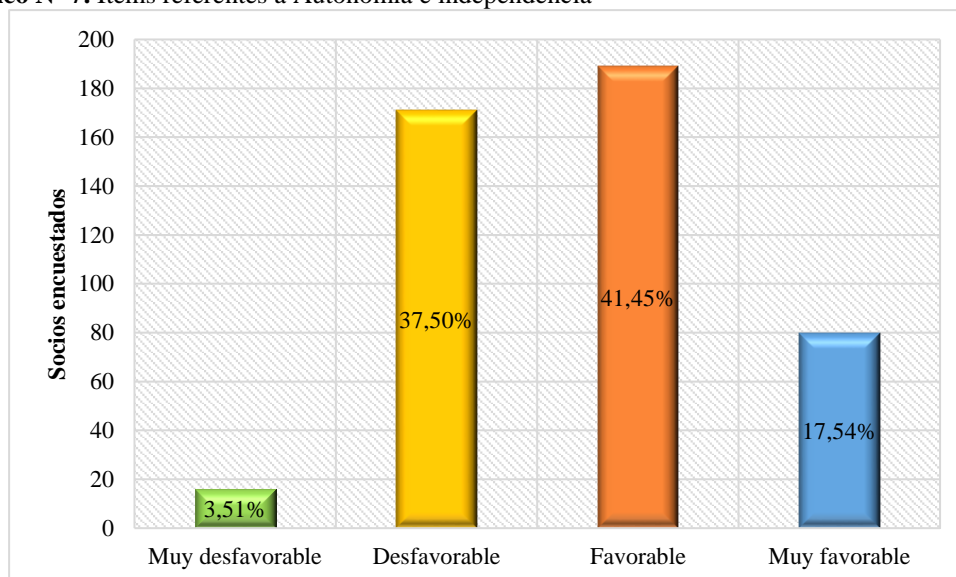
Es satisfactorio observar que las dimensiones del tercer principio tienen un resultado altamente positivo, con un 44,08% favorable, un 35,09% muy favorable, seguido de un 16,23% del resultado desfavorable y con un 4,60% muy desfavorable.

En conclusión, más de la mitad de los socios encuestados respondieron con: en total de acuerdo y de acuerdo, en tanto a que los intereses percibidos son justos (PEM1). Aludiendo a la concepción de Mauleón (2015) e Izquierdo (2018), en que, la cooperativa reparte a los socios los intereses periódicamente de acuerdo al grado en que estos hayan contribuido para su generación. Además los socios consideran que establecer reservas a partir de los excedentes contribuye al desarrollo de la cooperativa (PEM4).

En cuanto a la dimensión de certificados de aportación igualitarios (PEM5) y a la revelación periódica de información económica (PEM3), la cual se confirma a través del acceso libre a la página oficial de la cooperativa donde se publican además las noticias, novedades e información acerca de la misma, los resultados fueron positivos. De igual manera, en su mayoría los encuestados consideran que el valor pagado por intereses de préstamos en relación a otras cooperativas es muy bajo o bajo (PEM2).

Ítems referentes al Principio N°4. Autonomía e Independencia

Gráfico N° 7. Ítems referentes a Autonomía e independencia



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

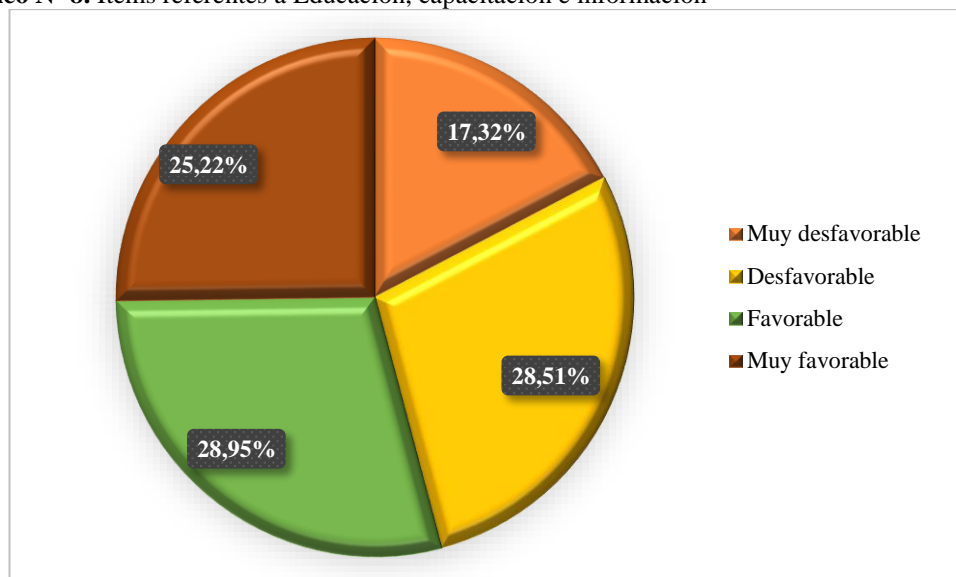
Con la aplicación de la encuesta se pudo determinar que mediante la apreciación de los encuestados el 41,45% respondieron favorablemente a los ítems evaluadores de la aplicación del principio de autonomía e independencia por parte de la cooperativa, un 17,54% respondieron muy favorable. Por otra parte hubo un 37,50% que respondió desfavorablemente y un 3,51% muy desfavorable.

Las dimensiones del cuarto principio demuestran la falta de información acerca de la proveniencia de los fondos de la cooperativa, composición (AEI1) y rendimiento (AEI4) de su actividad económica. Dichos aspectos deberían generar mayor interés entre sus socios pues el origen de los recursos expone la independencia de la cooperativa o a su vez si esta depende exclusivamente de financiamiento, motivo por el cual podría perder también su autonomía.

Además estos resultados exhiben la insuficiente socialización sobre reglamentos definidos y aprobados (AEI3) y planes estratégicos de gestión (AEI2), y el desconocimiento de acuerdos de proyectos conjuntos que tiene la cooperativa con otras instituciones, sean estas públicas o privadas (AEI5).

Ítems referentes al Principio N°5. Educación, Capacitación e Información

Gráfico N° 8. Ítems referentes a Educación, capacitación e información



Elaborado por: Quilligana (2019)

Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

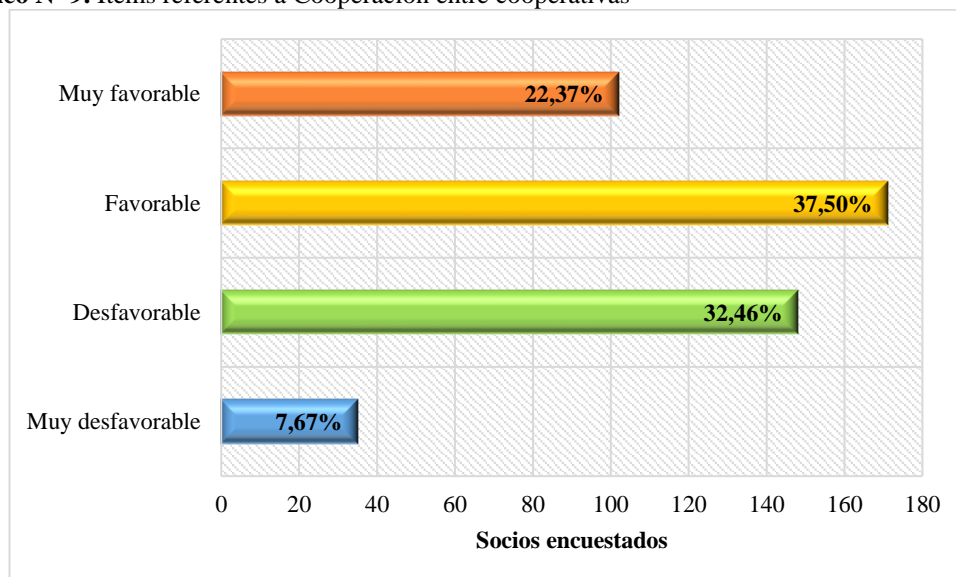
Los resultados obtenidos acerca del principio cooperativo de Educación, Capacitación e Información, demuestran que el 28,95% y el 28,51% de los encuestados respondieron de manera favorable y desfavorable respectivamente, seguido de un 25,22% muy favorable y de un 17,32% muy desfavorable.

En conclusión, la opinión acerca de la aplicación del principio de ECI se encuentra dividida, pues no todos los socios han participado en actividades de socialización en temas de cooperativismo (ECI1) y aspectos conductuales y de desenvolvimiento en Asambleas (ECI3). Además de que no siempre han desarrollado actividades de orientación en ética, liderazgo y políticas públicas (ECI4).

Referente al personal laboral de la cooperativa, la apreciación de ciertos socios es que no se realizan capacitaciones referentes al código de (ECI2), por tanto no se ha socializado acerca de los efectos ocasionados por prácticas de corrupción ni las mejores maneras de hacer frente para no recurrir en ello (ECI5). Sin embargo, cabe mencionar que los socios de respuesta favorable si han sido participes en actividades de ese tipo o al menos tienen entendido que se lo hace.

Ítems referentes al Principio N°6. Cooperación entre Cooperativas

Gráfico N° 9. Ítems referentes a Cooperación entre cooperativas



Elaborado por: Quilligana (2019)

Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

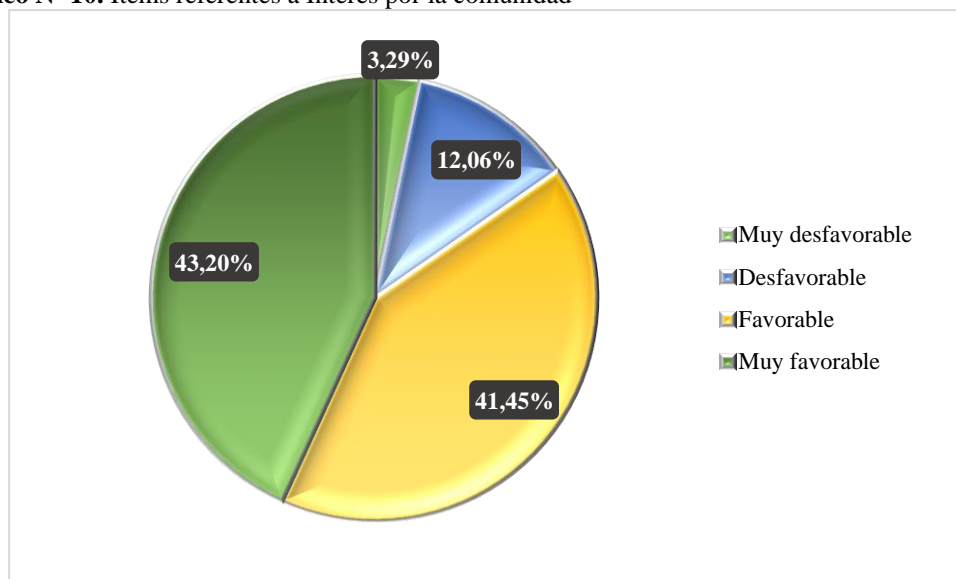
Como se puede observar en la gráfica, los ítems formulados acerca del principio de cooperación entre cooperativas tienen un resultado favorable del 37,50% y muy favorable del 22,37%. Mientras que otra parte de los encuestados respondieron de manera desfavorable, exactamente el 32,46%, y un 7,68% respondieron muy desfavorablemente.

En definitiva los resultados de las dimensiones y alcance del sexto principio cooperativo CEC demuestran que, cierta parte de los socios no poseen conocimiento en términos financieros acerca de las inversiones de la cooperativa (CEC1) en otras cooperativas y viceversa (CEC2). Además desconocen sobre convenios de intercooperación con otras cooperativas (CEC4).

En cuanto a la creación de relaciones con otros organismos, existe desconocimiento de acuerdos que la cooperativa haya realizado con organismos gubernamentales por el bien común de la comunidad (CEC5). A su vez no saben si ésta se encuentra afiliada a alguna red o grupo cooperativo (CEC6), como manifestación de intercooperación, principio que persigue el crecimiento económico de los asociados y desarrollar un mejor sistema de gobierno y desempeño organizacional (Cano, 2015).

Ítems referentes al Principio N°7. Interés por la Comunidad

Gráfico N° 10. Ítems referentes a Interés por la comunidad



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

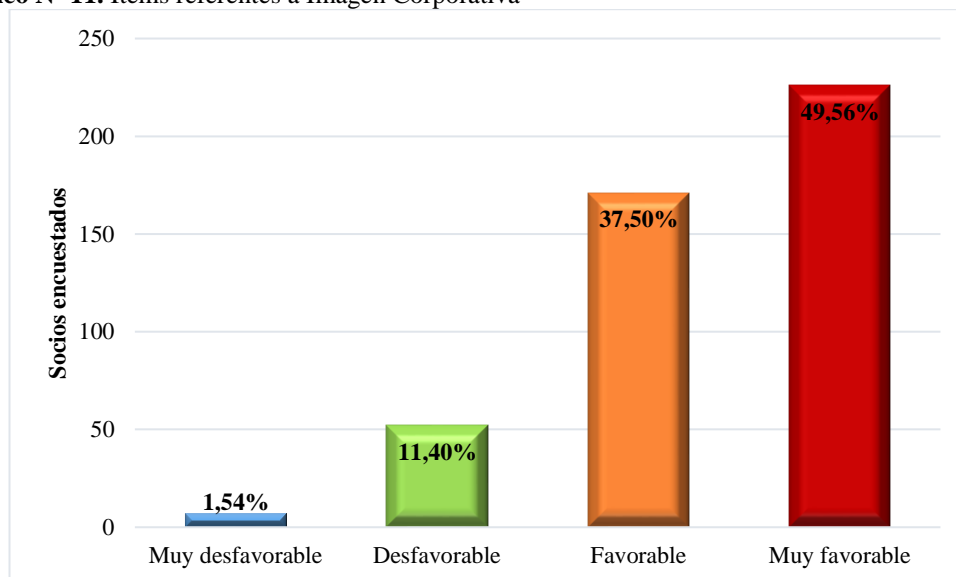
La evaluación acerca del principio cooperativo interés por la comunidad revela satisfactoriamente que el 43,20% respondió muy favorablemente, seguido de un 41,45% que respondió de manera favorable. Sin embargo 12,06% de los encuestados contestaron desfavorablemente y un 3,29% muy desfavorable.

En conclusión, estos resultados demuestran que la cooperativa aplica su principio de IPC, ya que, casi la totalidad de los socios encuestados consideran que esta es responsablemente social con el Estado y sus organismos rectores (IPC3). Igualmente consideran que es responsable con el medio ambiente a través de una buena gestión ambiental (IPC4) y responsable con la comunidad debido a su apoyo y participación en programas sociales y culturales (IPC1).

Por otra parte, confirman el compromiso que tiene la cooperativa hacia sus socios, pues consideran que la atención brindada a los socios y al grupo de atención prioritaria es bueno o excelente (IPC5). Y en definitiva en su mayoría consideran que su nivel de vida es bueno o excelente (IPC2), tras su membresía como socio, a lo cual se le pueden imputar los beneficios que han recibido como una de las condicionantes de su calidad de vida.

Ítems referentes a Imagen Corporativa

Gráfico N° 11. Ítems referentes a Imagen Corporativa



Elaborado por: Quilligana (2019)

Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

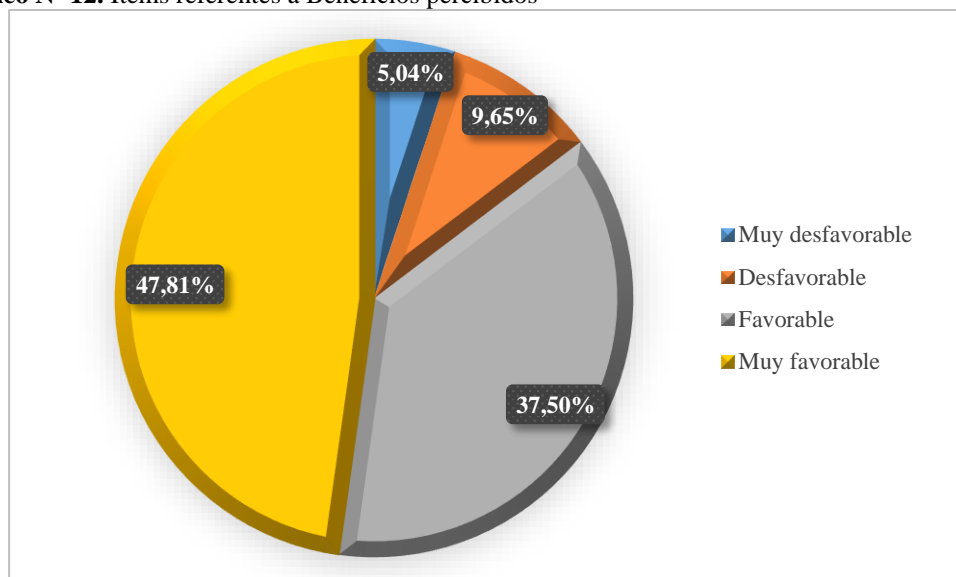
Como lo muestra la gráfica el 49,56% de los encuestados respondieron muy favorablemente a los ítems de imagen corporativa, seguido de un 37,50% que respondieron en forma favorable. Por su parte un 11,40% de los encuestados contaron a los ítems de imagen desfavorablemente y apenas un 1,54% muy desfavorable.

Es decir, en su mayoría los socios encuestados respondieron en total de acuerdo y de acuerdo a los ítems evaluadores. Por tanto consideran que la cooperativa posee una buena imagen respecto a su esencia cooperativista (IMC5), su reconocimiento por el desempeño ético y social (IMC3) y a la aceptación que tiene la cooperativa a través de su cobertura a nivel nacional (IMC4).

Así mismo, mediante la apreciación de los socios, la cooperativa es socialmente responsable con el medio ambiente en su entorno (IMC1). Al mismo tiempo de que ésta ha generado empleo más estable y de calidad (IMC2) en donde se procura un buen ambiente de trabajo y la satisfacción de sus colaboradores al trabajar.

Ítems referentes a Beneficios Percibidos

Gráfico N° 12. Ítems referentes a Beneficios percibidos



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

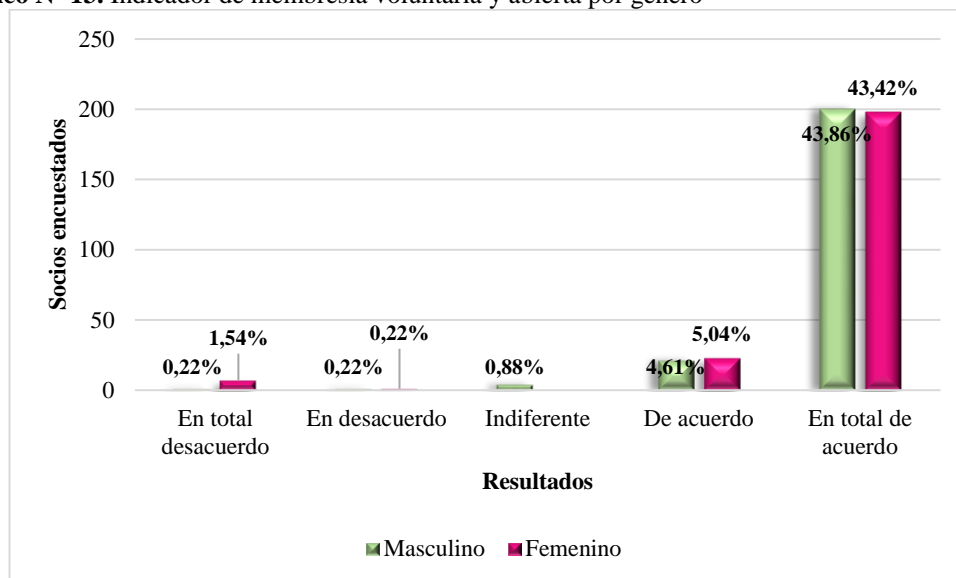
Tras la aplicación de la presente encuesta a los socios de la cooperativa, un 47,81% de los encuestados respondieron muy favorablemente acerca de la variable en cuestión beneficios percibidos, continuando con un 37,50% que respondieron favorablemente. Mientras que por otra parte el 9,65% y el 5,04% contestaron a los ítems desfavorable y muy desfavorable respectivamente.

Dicho en otras palabras, más de la tercera parte de los socios consideran que la cooperativa les brinda beneficios tanto a ellos como a la sociedad (BEP4). Puesto que algunos socios consideran que los créditos recibidos les han sido de gran ayuda para de cierto modo mejorar su calidad de vida (BEP3). Mientras que por otra parte la cooperativa también desenvuelve un rol importante en el desarrollo de las comunidades (BEP1), de acuerdo a que la cooperativa desarrolla educativas, culturales, deportivas y de recreación, en pro de todos los individuos de la sociedad (BEP5).

Indicadores

Ítem N° 1. Mi decisión de unirme a la cooperativa ha sido libre y voluntaria

Gráfico N° 13. Indicador de membresía voluntaria y abierta por género



Elaborado por: Quilligana (2019)

Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

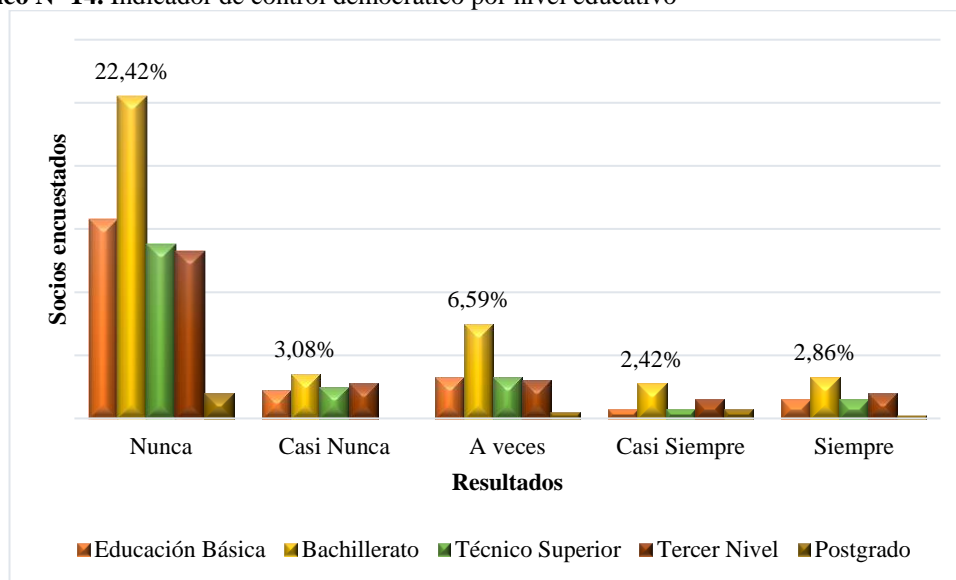
Al citar el primer principio cooperativo de Membresía voluntaria y abierta, podemos decir que, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato tiene un nivel de cumplimiento del primer principio del 96,93%.

Este índice resulta satisfactorio, pues la manifestación de adhesión libre y voluntaria es un claro indicador de su aplicación, a más de eso podemos notar que la afiliación de los socios no ha sido discriminatoria, porque han sido aceptados como socios tanto hombres como mujeres independientemente de su condición social, religiosa, política o racial, pues estos no figuran como requisitos de afiliación.

Por ende, se puede deducir que el eficaz cumplimiento de este principio no está tan lejos de la realidad. Esto debe a que la cooperativa alcanza un índice de cumplimiento un tanto superior al de la Cooperativa COOPROGRESO, de acuerdo al resultado reflejado en su informe anual “Memoria de sostenibilidad 2018”, en el que además reconoce y garantizan los derechos de sus socios, a través de la prohibición de todo acto de discriminación hacia y entre sus asociados (COOPROGRESO, 2019).

Ítem N°37. He tenido la oportunidad de postular como miembro a la Asamblea General y al Consejo de Administración y Vigilancia de la cooperativa

Gráfico N° 14. Indicador de control democrático por nivel educativo



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

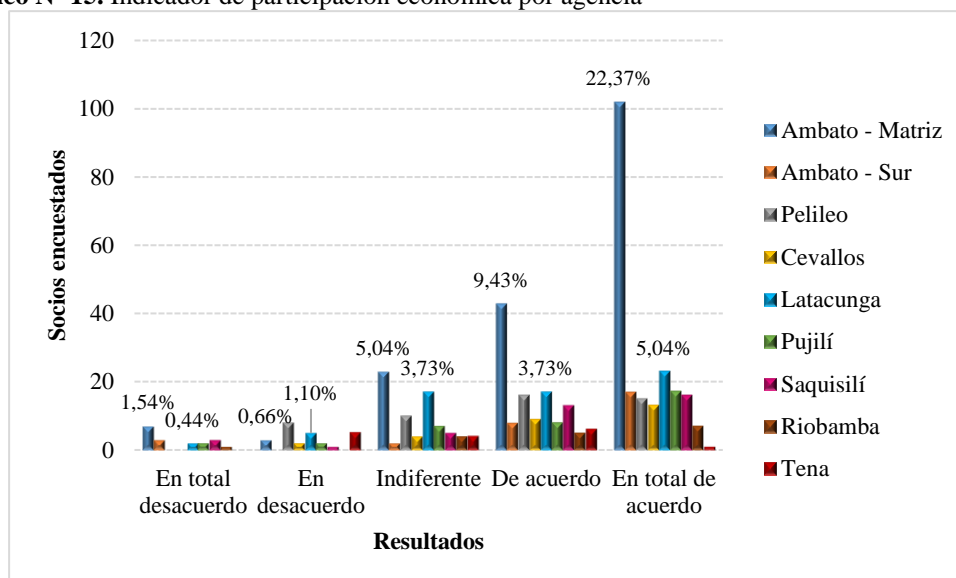
Análisis e Interpretación

A través de este indicador, se puede notar que, en la cooperativa no ha sido posible la completa aplicación de este principio, pues refleja un nivel de cumplimiento del 28,57% correspondiente a una pequeña parte de socios que han tenido la oportunidad de postular como miembro a la Asamblea General y al Consejo de Administración y Vigilancia, siendo que la mayor participación se inclina a la población con instrucción de segundo nivel (bachillerato) y tercer nivel.

Resaltando que más de la mitad de los socios no han logrado una participación dentro de la cooperativa. En este sentido, se afirma que la participación allí es baja y por ende este es un principio no muy fácil de cumplir, como lo demuestra Aguilar (2017) en su investigación en la Cooperativa El Grullo, la cual refleja los mismos resultados de baja participación. Sin embargo, el autor hace énfasis en que la cooperativa debe buscar métodos y estrategias para lograr una mayor participación activa de los socios en las asambleas y que estos estén inmersos en las decisiones, a través de la utilización de herramientas y mecanismos como: cuestionarios, llamadas telefónicas, entre otras.

Ítem N°6. Considero que mi aporte para ser socio de la cooperativa es igualitario respecto al de otros socios

Gráfico N° 15. Indicador de participación económica por agencia



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

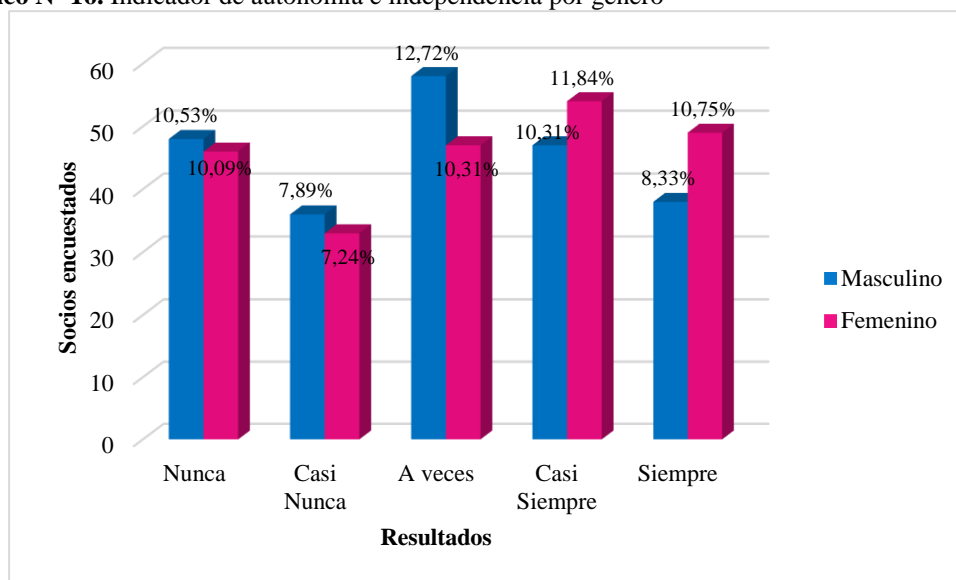
El principio de participación económica de los miembros ha sido cumplido satisfactoriamente en la cooperativa, pues presenta un índice de cumplimiento del 73,68%. Resultado reflejado por los socios en conjunto de las diferentes agencias de la cooperativa, encabezado por la agencia Ambato-matriz, quienes consideran que tanto su aporte de membresía como el de otros socios fue el mismo.

De este modo, se hace hincapié a lo mencionado por la Alianza Cooperativa Internacional (2009) en su estatuto en que “los miembros contribuyen equitativamente” (pág. 3) en la formación del capital de la cooperativa. Sin embargo, cabe recalcar que un 9,65% de los socios consideran que hubo personas quienes debieron realizar un aporte mayor o menor para ser socio de la cooperativa.

No obstante, como lo manifiesta Izquierdo (2018) el tercer principio al ser de gran importancia para el desarrollo de la cooperativa por su contribución a la formación del capital. Estas deben mantener su esencia y no alejarse de sus principios, por tanto deben eludir el incremento al valor de aportación a los nuevos socios miembros.

Ítem N°38. Considero que la cooperativa cuenta únicamente con fondos propios para poder operar

Gráfico N° 16. Indicador de autonomía e independencia por género



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

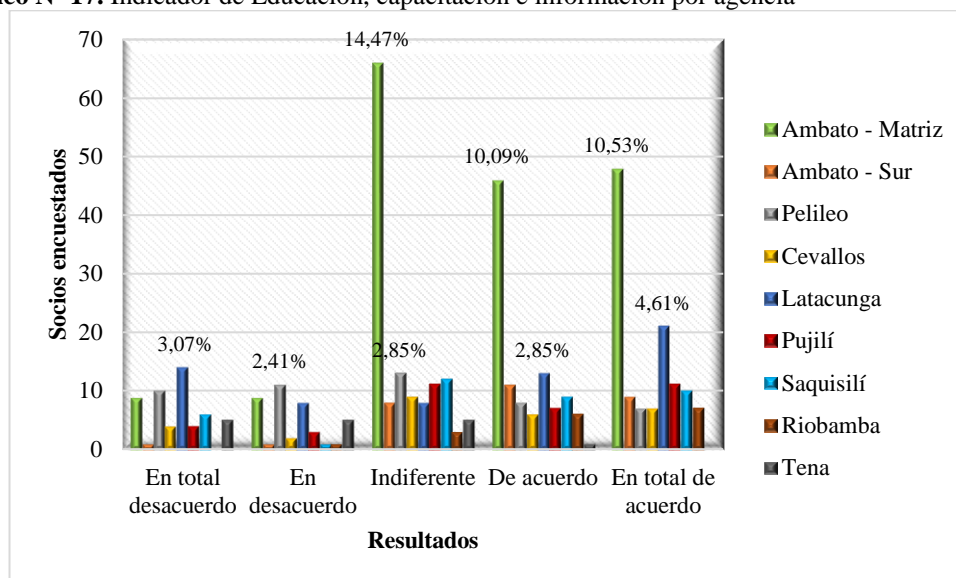
En la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, el principio de autonomía e independencia a través de la inferencia de los socios cooperativistas demuestra un índice de cumplimiento del 41,23%, de acuerdo a que casi la mitad de los socios encuestados tanto mujeres como hombres consideran que siempre o casi siempre la cooperativa cuenta con fondos propios para su operación.

Sin embargo una parte de los socios consideran que la cooperativa recurre a acuerdos con otras instituciones para tener un capital que le permita mantenerse y responder a su demanda. Y que en consecuencia pierde su autonomía e independencia, pues ésta al tener un acreedor, está comprometida y debe responder a sus obligaciones para con los terceros.

De acuerdo a este sentir, Aguilar (2017) recomienda que las cooperativas deben buscar otras alternativas de financiamiento para no recurrir a la banca privada, una de ellas es apelar al financiamiento entre las cooperativas de la misma región, ya que estas se podrían convertir en su fuente de apalancamiento, además estas acciones fortalecerían el movimiento cooperativo y la intercooperación.

Ítem N°11. Tengo entendido que la cooperativa educa a sus asociados para poder deliberar adecuadamente en las asambleas

Gráfico N° 17. Indicador de Educación, capacitación e información por agencia



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

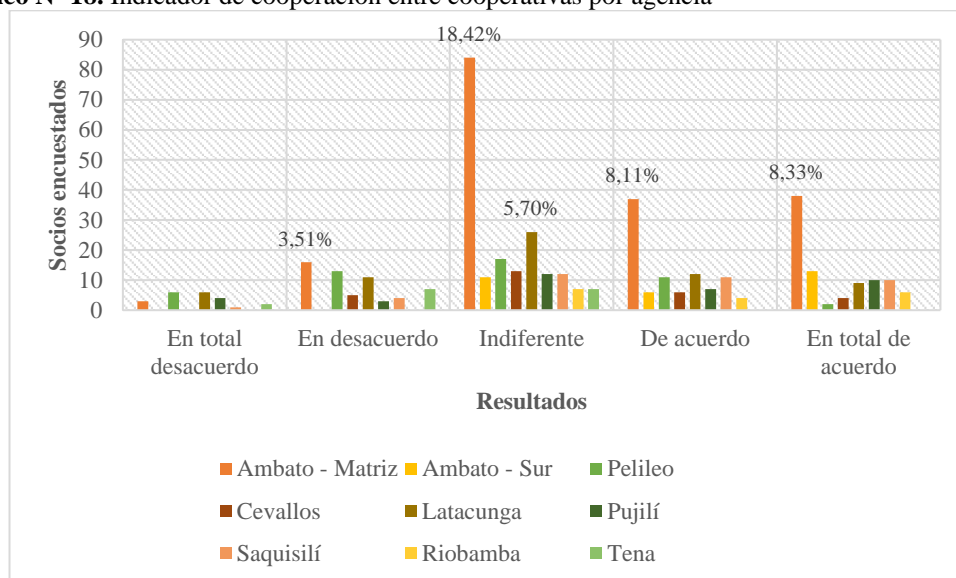
Análisis e Interpretación

El cumplimiento del quinto principio cooperativo, Educación, Capacitación e Información tiene un resultado 49,78%. En efecto de que ciertos socios tienen entendido que la cooperativa los educa para poder deliberar adecuadamente en las asambleas, siendo que predominan los socios de las agencias Ambato-Matriz y Latacunga quienes están en total de acuerdo y de acuerdo que se realizan este tipo de actividades.

Sin embargo cabe mencionar que casi el 30% de los encuestados fueron indiferentes a esta pregunta, sea por motivos de que no en todas las agencias se realizan este tipo de capacitaciones o no se haya extendido información suficiente acerca de ello. Como lo menciona Coberá (2005), la información debe ser difundida en dos direcciones, interna y externa, es decir, en el contexto de la cooperativa y al público en general (pág. 23). No obstante, Ravina (2001) recalca la importancia de difundir información significativa, que además de contribuir al cumplimiento de este principio, logra la inclusión, cooperación y compromiso de los socios en la organización.

Ítem N°16. Tengo en conocimiento que mi cooperativa mantiene convenios con otras cooperativas

Gráfico N° 18. Indicador de cooperación entre cooperativas por agencia



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

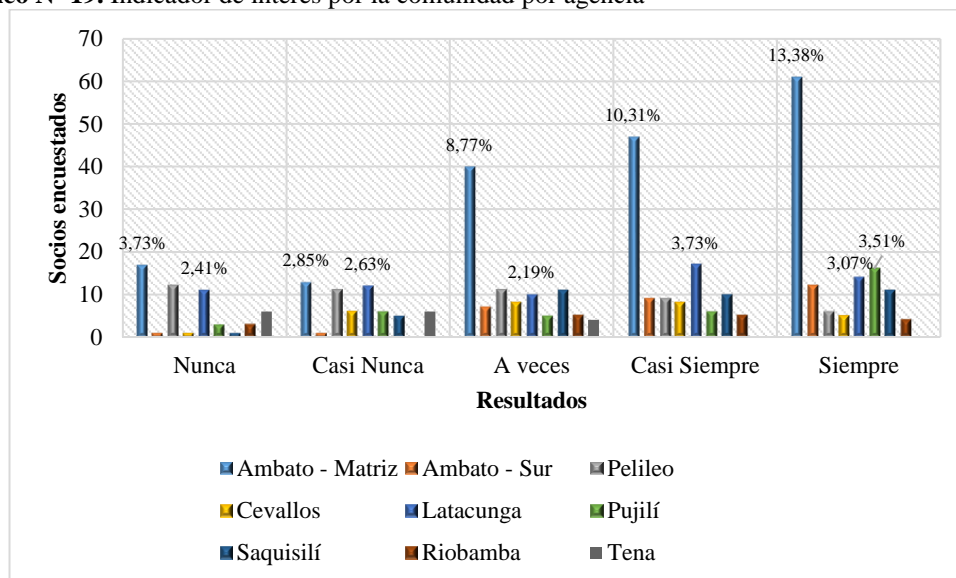
El principio de cooperación entre cooperativas no refleja un resultado satisfactorio, pues en un gran número los socios/as de la cooperativa no conocen o son indiferentes acerca de convenios que esta tenga junto a otras cooperativas del sector. Lo cual se deduce en un nivel de cumplimiento del 40,79%, correspondiente a la proporción de manifestaciones positivas, mayormente concentradas en la agencia Ambato-Matriz.

Esta postura conlleva a inferir que, en dicha agencia se despide o se publica mayor información acerca de las actividades que realiza. Sin embargo existe un gran porcentaje de indiferencia en la misma, justificada por la falta de tiempo o deficiente interés sobre la situación actual de la cooperativa.

Por tal motivo y para conseguir el incremento en el cumplimiento del principio del sexto principio, la COAC Ambato debería afiliarse y participar en eventos de formación impulsados por los organismos de integración cooperativa (Valencia-Molina, 2019). A más de esto, hacer partícipes a sus asociados a través de la difusión de información sobre sus actividades, dando así cumplimiento a la aplicación del quinto principio.

Ítem N°42. He visto en la prensa que la cooperativa ayuda y participa en programas de emprendimiento, de sostenibilidad ambiental y socioculturales que se desarrollan en la comunidad

Gráfico N° 19. Indicador de interés por la comunidad por agencia



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

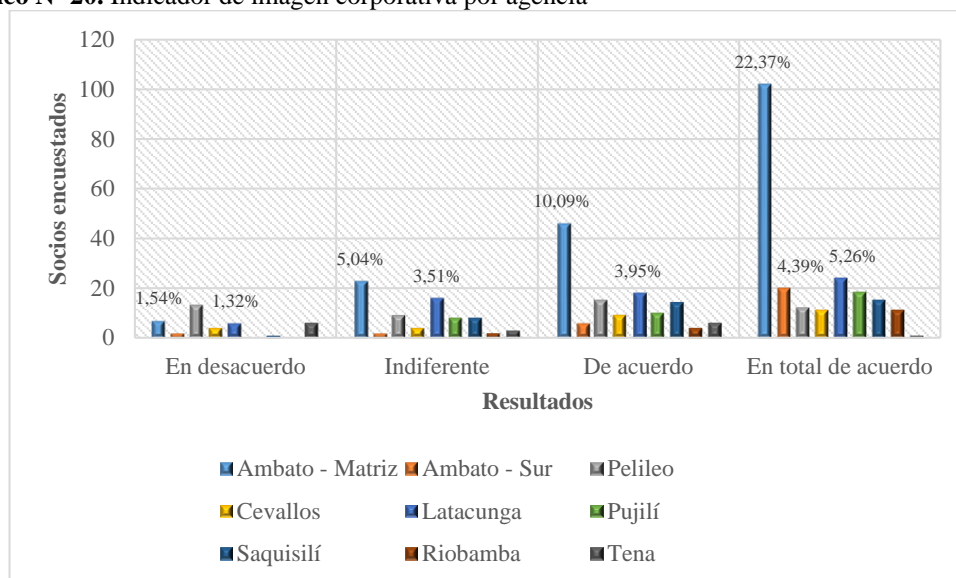
Análisis e Interpretación

Al analizar el cumplimiento del séptimo principio cooperativo, observamos que la cooperativa tiene un índice del 52,63%, siendo los socios pertenecientes a la agencia Ambato-Matriz quienes siempre o casi siempre han visto en publicaciones de prensa las actividades comunitarias que realiza la cooperativa. Es decir, la cooperativa ha sido repetitiva en cuanto a ayuda y participación, convirtiéndose en un motor que impulsa el desarrollo de la localidad en la cual se encuentra inmersa (Pedrosa-Ortega & Hernández-Ortiz, 2011).

Bajo este antecedente, Aguilar (2017) sostiene que dichas actividades deben ser realizadas bajo planes de trabajo, los cuales a más de quedar como evidencia podrían ser participativos. Es decir, la elaboración del plan de acciones debe hacerse con la participación de los socios cooperativistas y personas externas, para de este modo lograr un mayor impacto. Y de ser posible integrar a otras instituciones y de este modo fomentar la cooperación entre organismos locales y sectoriales.

Ítem N°22. He visto en publicaciones de prensa que la cooperativa es reconocida por su desempeño ético y social

Gráfico N° 20. Indicador de imagen corporativa por agencia



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

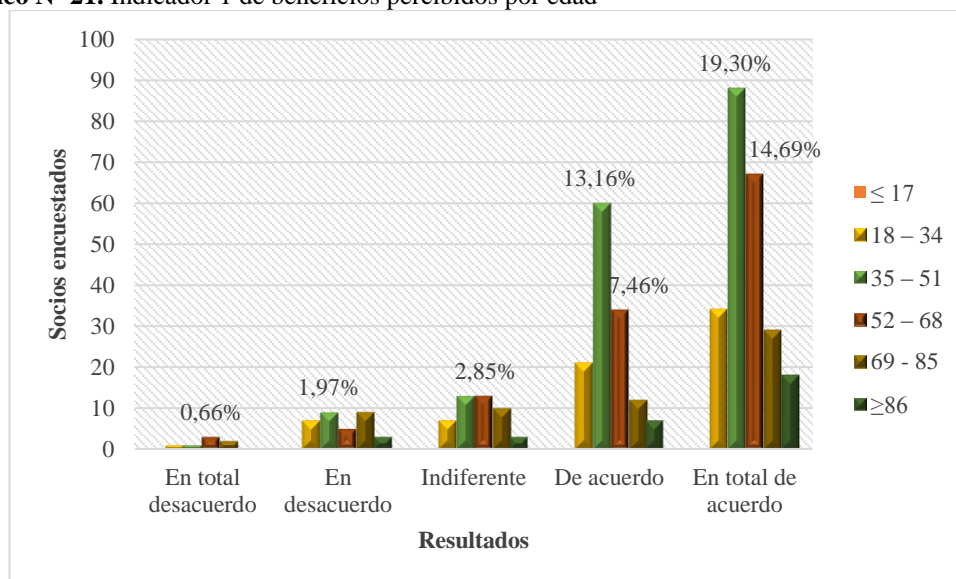
De acuerdo a la información levantada en las diferentes agencias de la cooperativa, siendo mayoritariamente los socios de la agencia Ambato-Matriz quienes están en total de acuerdo con el hecho de haber visto en prensa que la cooperativa es reconocida por su desempeño organizacional ético y compromiso social.

Este indicador de imagen corporativa tiene un nivel de 75% de cumplimiento. Este resultado demuestra que el segundo, quinto y séptimo principio cooperativo han influido en la percepción de buena imagen de la cooperativa. Lo cual, consecuentemente genera confianza en sus asociados y secunda a la creación de reputación, para finalmente brindar una mayor facilidad de expansión.

En este sentido, se puede deducir que la imagen corporativa que proyecta la cooperativa es fuerte. Esto de acuerdo a Martínez y Eid (2017), pues manifiestan que las cooperativas sobresalen más en las dimensiones de comportamiento ético e interés por la sociedad. Debido al apoyo a buenas causas y la procuración de prácticas que no perjudiquen el medio ambiente, siendo más valoradas que las empresas capitalistas.

Ítem N°26. La cooperativa genera plena confianza en mi persona como socio

Gráfico N° 21. Indicador 1 de beneficios percibidos por edad



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

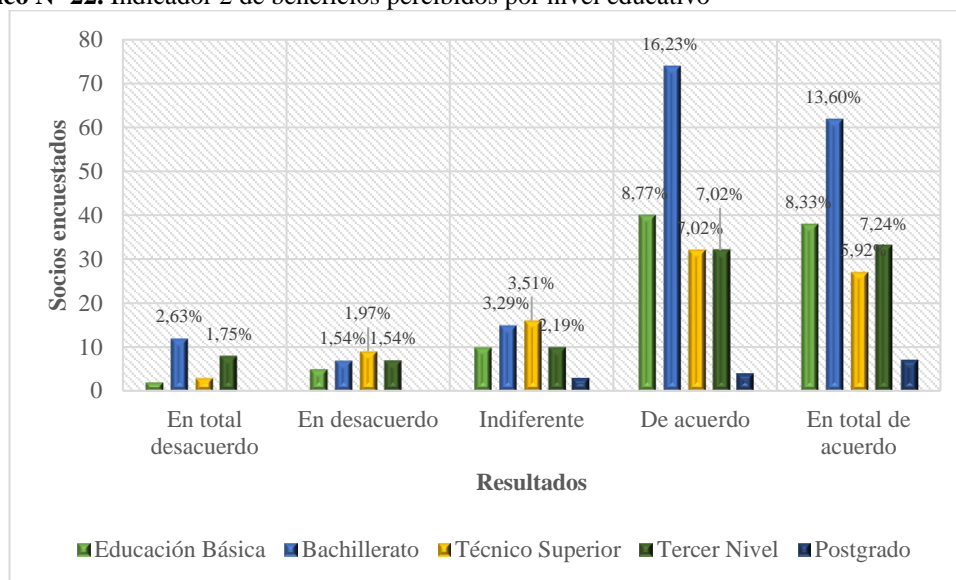
En cuanto al beneficio que perciben los socios de la cooperativa, es necesario resaltar que este indicador demuestra un alto nivel de cumplimiento del 81,14%. Mostrando mayormente una relación significativa entre la confianza que genera la cooperativa en los socios de entre las edades de 35 a 51 y 52 a 68 años, con un 32,46% y 22,15% respectivamente. Es decir, los socios se sienten seguros de invertir su dinero en la entidad y no se verán en la necesidad de buscar otra organización o método para salvaguardar sus intereses.

En este caso en valor del indicador tiene un nivel de cumplimiento, aceptable para cualquier tipo de organización. Pues no todas logran generar plena confianza en sus socios como lo demuestran Martínez y Eid (2017) en su estudio, en el cual se comprueba que un porcentaje no muy alto de los ciudadanos (65,7%) confían en este tipo de instituciones cooperativas.

Incorporando fundamentos a este análisis, Torres, Flavián e Hidalgo (2007) en su estudio manifiestan que una forma de generar confianza en el consumidor-socio es a través de los servicios que ofrecen las entidades, la accesibilidad a los mismos y a la seguridad que brindan en las transacciones.

Ítem N°27. Mi calidad de vida ha mejorado a través de los créditos recibidos de la cooperativa

Gráfico N° 22. Indicador 2 de beneficios percibidos por nivel educativo



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

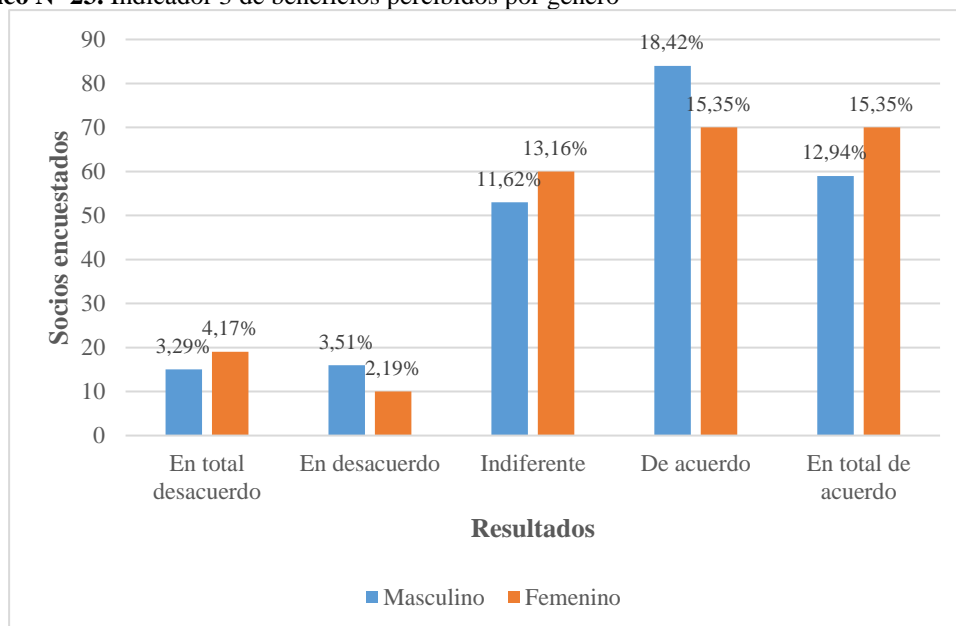
Análisis e Interpretación

Al referirnos a los beneficios percibidos por los socios, es necesario recalcar que este indicador tiene un nivel alto de 76,54% de cumplimiento, pues la mayoría de los socios consideran que su calidad de vida ha mejorado a través de los créditos recibidos. Dicha opinión se la puede justificar con las facilidades en el otorgamiento de un crédito, ya que la cooperativa ofrece unas amplias alternativas con tasas de interés competitivas dentro del sector. Sin embargo, Cano (2015) atribuye la mejora de las condiciones de vida de los socios al principio de intercooperación.

Además nuestro estudio revela que los mayores beneficiados de estos servicios son los socios con título de bachiller y aquellos socios que tan solo han podido culminar con su instrucción primaria (educación básica), viéndolo de este modo, la cooperativa participa en el progreso de los socios con baja escolaridad. Pues al igual que en la cooperativa COOPROGRESO (2019), tener un índice de escolaridad bajo no es impedimento para acceder a los servicios, por el contrario esto representa una oportunidad para apoyar a sus socios y a sus familias.

Ítem N°28. La cooperativa incentiva el ahorro a través de altas tasas de interés

Gráfico N° 23. Indicador 3 de beneficios percibidos por género



Elaborado por: Quilligana (2019)
Fuente: Encuestas aplicadas

Análisis e Interpretación

Respecto al beneficio económico que reciben los socios por parte de la cooperativa, el índice de cumplimiento no es muy alentador con un 62,06%, pues el estudio registra un nivel alto de indiferencia (24,78%). Además se ha determinado que los socios de género masculino son más perceptibles en cuanto a las tasas de interés pasivas que ofrece la cooperativa.

Es así que Fajardo (2015) menciona que los intereses los prevén en los estatutos y tras la aceptación de la asamblea. Además los intereses son necesarios para captar y retener el capital destinado al desarrollo de la cooperativa. Sin embargo estas tasas de interés serán en función de las posibilidades de la cooperativa y de acuerdo a las tasas de referencia determinada por los bancos (Izquierdo-Muciño, 2018).

Del mismo modo Zaldivar y Sotomayor (2003) afirman que las tasas de interés de interés sean activas o pasivas, son fijadas paralelamente con las condiciones del resto de entidades financieras. De hecho es el Banco Central del Ecuador (2019) quien establece las tasas de interés referenciales, sobre el cual las cooperativas deben determinarlas.

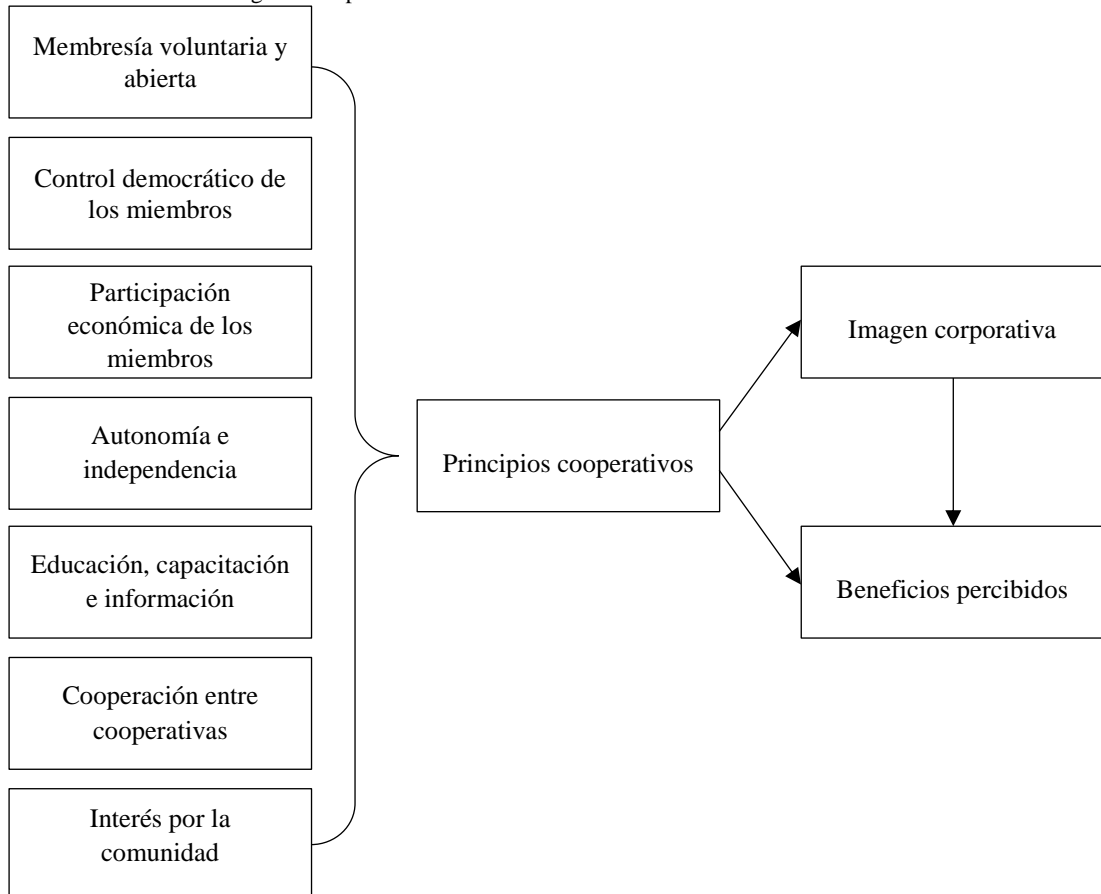
4.2 Verificación de la hipótesis o fundamentación de las preguntas de investigación

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

Modelo lógico

Para efectos de este estudio y para demostrar el modelo de relación causal del mismo, en la construcción se utilizaron los siete principios cooperativos como variable independiente y la imagen corporativa y beneficios percibidos por los socios como variables dependientes.

Ilustración 1. Modelo lógico de hipótesis



Elaborado por: Quilligana (2019)

Modelo matemático

$$H_0: r = 0$$

$$H_a: r \neq 0$$

Nivel de significancia

Nivel de Significancia= 5% → 0.05

Modelo estadístico

Correlación de Spearman

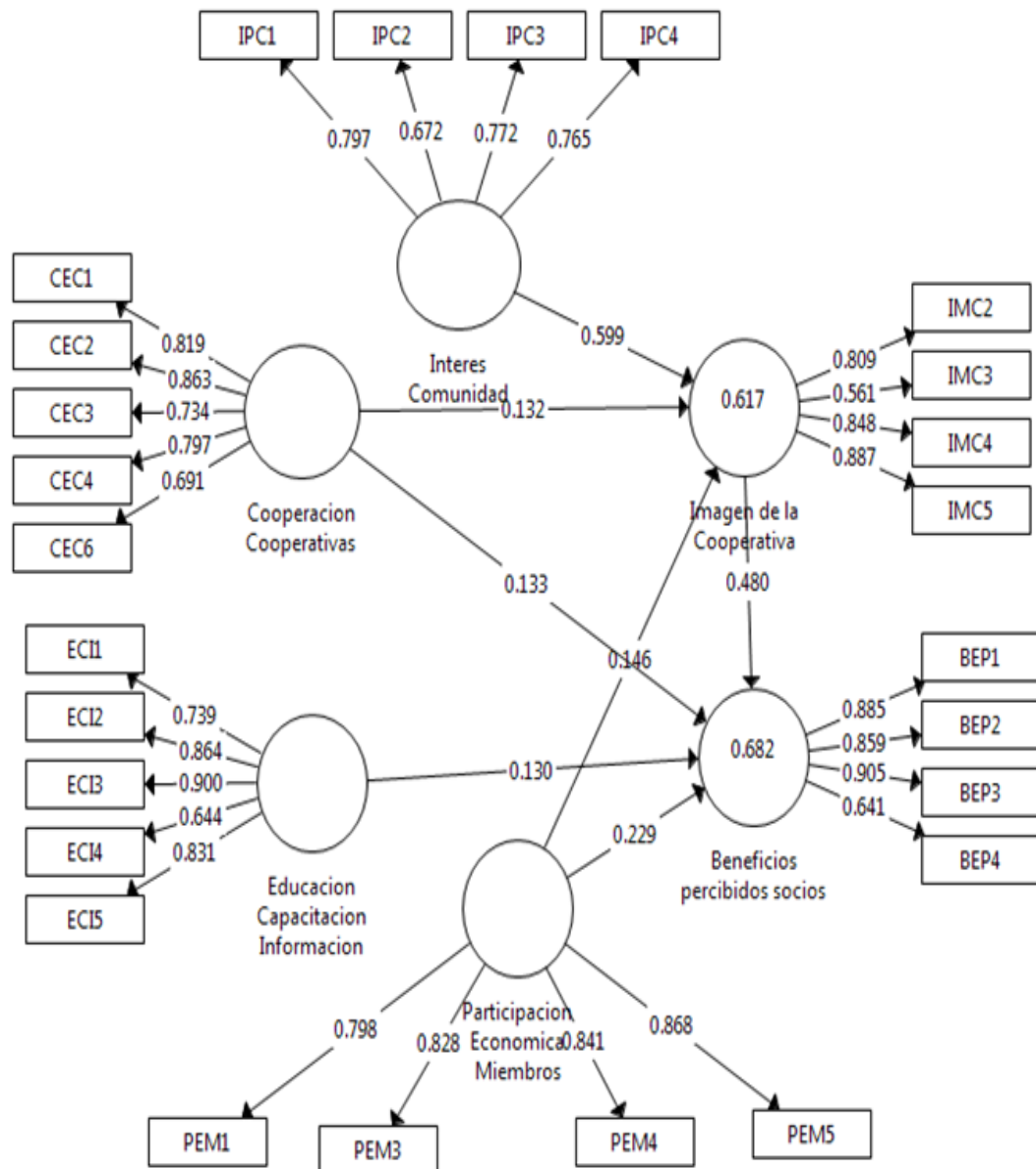
Alpha de Cronbach, Rho_A, Índice de fiabilidad compuesta y varianza extraída media de los constructos

Tabla N° 5. Alpha de Cronbach, Rho_A, IPC y AVE de los constructos

	Alfa de Cronbach	Rho_A	Fiabilidad compuesta	Varianza extraída media (AVE)
Beneficios percibidos	0,843	0,868	0,897	0,688
Cooperación entre Cooperativas	0,841	0,843	0,887	0,613
Educación, Capacitación e Información	0,861	0,903	0,898	0,642
Imagen Corporativa	0,789	0,837	0,863	0,619
Interés por la Comunidad	0,744	0,748	0,839	0,567
Participación Económica Miembros	0,854	0,862	0,901	0,696

Como se puede comprobar en la tabla, el valor de Alpha de Cronbach y el índice de fiabilidad compuesta (IFC) superan el mínimo requerido ($> 0,7$), lo cual corrobora la consistencia interna de los indicadores. Respecto a la validez convergente, la varianza extraída media (AVE) su criterio de aceptación supera el valor mínimo requerido ($> 0,5$), lo cual significa que el constructo comparte más del 50% de varianza con los indicadores.

Ilustración 2. Iteración del modelo estructural



Como se observa en la ilustración 2, los principios cooperativos tienen un impacto positivo en la imagen corporativa y beneficios percibidos. Este resultado es significativo basado en t de una cola de prueba y un nivel de significatividad de $p < 0.001$, siendo los principios seleccionados capaces de explicar el 61,7% de la varianza de la imagen corporativa y el 68,2% de la varianza de los beneficios percibidos por los socios de la cooperativa.

Cuadro N° 6. Resultados del modelo estructural

	Hipótesis	Signo	Resultado
H1	Membresía voluntaria y abierta → Imagen	+	Rechazada
H2	Control democrático de los miembros → Imagen	+	Rechazada
H3	Participación económica de los miembros → Imagen	+	Aceptada
H4	Autonomía e independencia → Imagen	+	Rechazada
H5	Educación, capacitación e información → Imagen	+	Rechazada
H6	Cooperación entre cooperativas → Imagen	+	Aceptada
H7	Interés por la comunidad → Imagen	+	Aceptada
H8	Membresía voluntaria y abierta → Beneficios percibidos	+	Rechazada
H9	Control democrático de los miembros → Beneficios percibidos	+	Rechazada
H10	Participación económica de los miembros → Beneficios percibidos	+	Aceptada
H11	Autonomía e independencia → Beneficios percibidos	+	Rechazada
H12	Educación, capacitación e información → Beneficios percibidos	+	Aceptada
H13	Cooperación entre cooperativas → Beneficios percibidos	+	Aceptada
H14	Interés por la comunidad → Beneficios percibidos	+	Rechazada
H15	Imagen → Beneficios percibidos	+	Aceptada

Elaborado por: Quilligana (2019)

A través del análisis del modelo estructural se aceptan las hipótesis H3, H6 y H7 que plantean una relación positiva directa del principio de Participación Económica de los miembros, Cooperación entre cooperativas e Interés por la comunidad en la imagen de la cooperativa de forma directa, acorde con los estudios encontrados (Guridi y Pérez, 2014; Gili, 2011; Coba, Díaz, Zurita y Proaño, 2017; Echeverría, Abrego y Medina, 2018; y, Alvarado y Schlesinger, 2008).

Igualmente se aceptan las hipótesis H10, H12, H13 y la H15 al reportar un impacto positivo en los beneficios percibidos por los socios, coincidiendo con lo expresado por Serna y Rubio (2016); Izquierdo (2018); Fajardo y Meira (2018); Pérez, Esteban y Gargallo (2009); Martínez (2014); Reyes (2012); Pedroza y Hernández (2011); Cano (2015); Vázquez, Silva y Liquidano (2016); De la Fuente y Díaz (2013); Torres, Flavián e Hidalgo (2007); y, Bravo, Matute y Pina (2011).

Resaltando el de participación económica de los miembros y la imagen corporativa como las variables consideradas más relevantes y significativas (cuyos coeficientes son superiores a 0,2 y los valores t-son mayores que el valor de referencia), para impactar a los beneficios percibidos por los socios.

En conclusión, estos valores permiten confirmar H7, H10 y H15 y soportar solo parcialmente las H3, H6, H12 y H13, dado que sus coeficientes de camino son significativos aunque estén entre 0,1 y 0,2. Sin embargo se procedió a rechazar las

hipótesis H1, H2, H4, H5, H8, H9, H11 y H14 al no tener un nivel de significancia aceptable.

4.3 Limitaciones del estudio

En la realización de la presente investigación se presentaron ciertas limitaciones, más específicamente en el levantamiento de la información en cada una de las agencias registradas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, puesto que por motivos de tiempo y movilidad no fue posible aplicar las encuestas en todas las agencias como las ubicadas en la ciudad de Quito, Guaranda y Azogues.

Otra de las limitaciones fue al momento de realizar las encuestas, pues en la agencias no todo el tiempo había afluencia de socios y por ende no se podía realizar las encuestas en un solo día, teniendo así que regresar varias veces para poder completar cierto número de encuestas.

Por otra parte cuando existía gran afluencia de socios, se hizo complicado conseguir personas que estuvieran dispuestas a conceder una parte de su tiempo para responder la encuesta, ya que al ser un gran número de ítems se necesitaba un par de minutos para poder realizarla y ciertos socios no disponían de tiempo debido a sus grandes ocupaciones tanto laborales como personales.

Otro de los inconvenientes fue que al ser una encuesta algo técnica, y al ser personas desentendidas en el tema, tomaba algo más de tiempo para poder explicarles ciertos términos y en algunos casos acerca de que trataba cada ítem. Además al conocer la temática sugerían que ciertas preguntas eran las mismas o al menos parecidas y les generaba algo de confusión.

Finalmente, el mayor inconveniente fue lidiar con socios que resultaron ser un tanto groseros al intentar encuestarles, ya sea porque no tuvieron un buen día, estaban apresurados o por el pánico que se generó en una de las agencias, ya que días antes a un socio lo habrían drogado con escopolamina y de allí partía el temor de los otros socios de ser víctimas de esa situación.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- El estudio ha intentado demostrar el impacto que tienen los principios cooperativos formulados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) en la imagen corporativa y en los beneficios percibidos por los socios. Esto por ser los principios los que configuran la forma de ser de este tipo de organizaciones.
- El método ecuaciones estructurales fue un instrumento de gran utilidad, pues al permitir que el modelo incluya un análisis multivariante, se logra estudiar atributos complejos, como lo son los principios cooperativos, la imagen corporativa y los beneficios percibidos.
- El modelo utilizado en este estudio constituye un instrumento útil para el sector económico popular y solidario. Puesto que permite identificar los factores que tienen mayor incidencia en la proyección de una buena imagen y en pro de brindar mejores beneficios para sus asociados.
- Referente a los resultados, se ha corroborado que son los principios de Participación Económica de los miembros y Cooperación entre cooperativas los que tienen un mayor impacto en la imagen corporativa y los beneficios percibidos por los socios. No obstante el principio de Interés por la comunidad impacta en la imagen, mientras que el principio de Educación, capacitación e información impacta únicamente en la variable “beneficios percibidos”.
- Del mismo modo, en concordancia con la teoría, se ha demostrado que el constructo de imagen corporativa influye directa y positivamente en los beneficios percibidos por los socios. Beneficios percibidos en términos de calidad de servicios, confianza en el manejo de las aportaciones y de localización de la institución.
- En tanto a estos resultados, se puede corroborar que la cooperativa aplica los principios formulados por la Alianza Cooperativa Internacional, pues el VAC que para este periodo ha sido creciente, representa el interés, la confianza, y la apertura de la cooperativa hacia nuevos socios y clientes. Por tanto que este valor se distribuye a los distintos grupos de interés, así como también obedeciendo a las normas, leyes y entes reguladores.

5.2 Recomendaciones

- Sería conveniente aplicar las encuestas además de los socios, a los colaboradores y directivos internos de la cooperativa. Para de este modo contrastar la realidad sobre el cumplimiento de los principios cooperativos y la percepción y experiencia que tienen los socios acerca de los mismos.
- Tras aplicar el tratamiento de la información primaria, se pudo determinar falencias en la aplicación de los principios cooperativos. Sin embargo, con estos resultados se puede poner mayor énfasis y realizar acciones para lograr incrementar el nivel de cumplimiento en las diferentes dimensiones con mayor debilidad.
- Considerar repetir el estudio con las mismas variables pero en otra organización, con la finalidad de establecer un cuadro comparativo y determinar los principios que mayor incidencia tienen en las variables propuestas como dependientes.
- Además sería atractivo realizar un análisis que incluya otras variables. En este sentido determinar los principios cooperativos que influyen positivamente en la satisfacción, calidad de servicio y lealtad.

BIBLIOGRAFÍA

- Agirre, A. (2001). Los principios cooperativos atractores de la gestión eficiente: su medición. Aplicación al caso de Mondragón corporación cooperativa. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(39), 93-113. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17403906>
- Aguilar-Hernández, E. E. (2017). Balance social de las cooperativas y las empresas sociales: el caso de la cooperativa de consumo El Grullo en Jalisco. *Cooperativismo & Desarrollo*, 16-26. doi:doi: <https://doi.org/10.16925/co.v25i110.1761>
- Alianza Cooperativa Internacional. (2009). ESTATUTO .
- Alianza Cooperativa Internacional. (2015). *aciamericas.coop*. Obtenido de https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/guidance_notes_es.pdf
- Altair Consultores. (2010). *La elaboración del plan estratégico*. ECO3 Colecciones.
- Alvarado-Herrera, A., & Schlesinger-Díaz, M. W. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21210802>
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Instructivo de Tasas de Interés*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/home1/economia/tasas/Instructivo_TI.pdf
- Banco Mundial. (2014). *Tendencias del Gobierno Corporativo de las Empresas Públicas en América Latina*. Informe, Washington. Obtenido de <http://documents.worldbank.org/curated/en/946831468299109389/pdf/894680WP00P1260erno0Corporativo0LAC.pdf>
- Barba, D., & Gavilánez, M. (2016). Gestión social en las Cooperativas de Ahorro y Crédito de una provincia ecuatoriana. *Revista Ciencia UNEMI*, 9(19), 30-38.
- Bravo, R., Matute, J., & Pina, J. (2011). Efectos de la imagen corporativa en el comportamiento del consumidor. Un estudio aplicado a la banca comercial. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 21(40), 35-51. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81822453004>
- Buendía-Martínez, I. (2000). La participación democrática: ¿un valor en extinción en las sociedades cooperativas? *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(34), 7-21. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17403401>
- Calero, M. (2016). *Análisis del principio de compromiso con la comunidad y de la teoría de valor compartido en las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 en el Ecuador*. Quito : Universidad Andina Simón Bolívar .

- Cano, C. (2015). Una perspectiva actual del sexto principio cooperativo: cooperación entre cooperativas. *CIRIEC-España, Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*(27). Obtenido de www.ciriec-revistajuridica.es
- Capriotti, P. (2002). La conducta corporativa como instrumento básico de la formación de la imagen corporativa. *Sphera Pública*(2), 17-30.
- Castaño-González, E. J. (2011). Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada. *REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN*, 8(2), 173-186.
- Chaves , R., & Soler, F. (2004). *El gobierno de las cooperativas de crédito en España*. Madrid: CIRIEC-España, Centro Internacional de Investigación e Información.
- Coba-Molina, E., Díaz-Córdova , J., Zurita-Meza , E., & Proaño-López , P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, V(18), 23-44. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215052403003>
- Colón-Morales, R. (2014). El Principio de autonomía cooperativa frente al Estado: su articulación bajo la legislación de Puerto Rico. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*(48), 177-190.
- Cooperativa de ahorro y crédito Ambato. (2019). *Memoria Anual 2018*. Ambato.
- Cooperativa de las Americas . (2017). *Valores y Principios Cooperativos* . Argentina : Región de Alianza Cooperativa Internacional .
- Cooperativa de las Americas . (2018). *Responsabilidad social cooperativa*. Argentina : Region de la Alianza Cooperativa Internacional . Obtenido de <https://www.aciamericas.coop/Responsabilidad-social-cooperativa-220>
- Cooperativa Policia Nacional. (2018). *Gestión Nacional*. Quito. Obtenido de http://www.cpn.fin.ec/index.php/es/responsabilidad_social/item/Gestion_social
- Cooperativa Super Solidaria . (2017). *Principios Cooperativos* . Bogota : Cooperativa minuto de Dios .
- COOPROGRESO. (5 de Septiembre de 2019). *COOPROGRESO Cooperativa de Ahorro y Crédito*. Obtenido de <http://www.cooprogreso.fin.ec/wp-content/uploads/2019/09/Memoria-Cooprogreso-5-SEP-2019-.pdf>
- Corberá-Martínez, J. M. (2005). El principio de educación, formación e información como pilar básico del concepto de cooperativa. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*(16), 1-29.
- Corte Constitucional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Ecuador. Recuperado el 1 de Mayo de 2019, de <http://www.lexis.com/ec/wp->

content/uploads/2017/09/LI-CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf

- Cracogna, D. (2015). La legislación cooperativa latinoamericana en el marco del plan para una década cooperativa de la alianza cooperativa internacional. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(117), 12-33. doi:1135-6618
- Da Ros, G. (2007). El movimiento cooperativo en el Ecuador. Visión histórica situación actual y perspectivas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(57), 249-284. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405710.pdf>
- Dávila, A. (1999). Nuevas herramientas de control: El Cuadro de Mando Integral. *Revista de Antiguos Alumnos*, 1-7.
- DCOOP. (2018). *Informe anual 2017*. Málaga: Dcoop S. Coop. And. Obtenido de <https://www.dcoop.es/static/pdf/documentos/informe-anual-2017.pdf>
- De la Fuente Mella, H., & Díaz-Bravo, I. (2013). Análisis de los factores determinantes de la calidad percibida del servicio prestado por una cooperativa de ahorro y crédito: una aplicación basada en modelos de ecuaciones estructurales. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 21(2), 232-247.
- Díaz De Rábago, J. (2010). *El crédito agrícola Tomo I Las cajas rurales de préstamos*. Santiago de Chile : Sociedad Económica de Amigos del País de Santiago.
- Díaz, L. C., & Pereyra, F. M. (2011). *El Balance Social*. Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo. Obtenido de http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5291/diaz-luis-pereyra-fernando-el-balance-social-2011.pdf
- Directorio de la Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias. (2018). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario*. Normativa, Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias, Quito. Recuperado el 30 de Abril de 2019, de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- Durán, Á. (2017). *Datos y Ranking de Cooperativas de Ahorro y Crédito en América Latina y el Caribe*. Confederación Alemana de Cooperativas, San José. Recuperado el 1 de Mayo de 2019, de <https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/datosyrankingcacenal.pdf>
- Echeverría-Ríos, O. M., Abrego-Almazán, D., & Medina-Quintero, J. M. (2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. *Innovar*, 28(69), 133-147. doi:10.15446/innovar.v28n69.71703

- Eid, M., & Martínez-Carrasco, F. (29 de Julio de 2014). El año internacional de las cooperativas. Una aproximación a los desafíos del sector mediante el método Delphi. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(116), 103-129. Recuperado el 2 de Mayo de 2019
- Equipo de comunicación de Femucor. (2012). En busca de la visibilidad propia. En N. Mirad, F. Silveira, M. Acosta-Quintas, & P. Bussetti (Edits.), *Economía Solidaria hacia un Nuevo Mapa de Comunicación* (págs. 141-146). Buenos Aires, Argentina: Usina de Medios.
- Fajardo-García, G. (2015). Orientaciones y aplicaciones del principio de participación económica. *CIRIEC-España, Revista jurídica de Economía Social y Cooperativa*(27), 205-241.
- Fajardo-García, G., & Meira, D. (2018). Los principios del derecho cooperativo Europeo. El proyecto PECOL del Grupo de Estudio en Derecho Cooperativo Europeo (SGECOL). *Administrar Lo Público*, 291-302.
- Fenandez-Lorenzo, L., Geba, N., Montes, V. L., & Schaposnik, R. (2018). Un modelo basado en la identidad cooperativa. *Universidad Nacional de La Plata*, 42. doi: ISBN 978-950-34-1705-8
- Fici, A. (2015). La función social de las cooperativas: notas de derecho comparado. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(117), 77-98. Recuperado el 18 de Abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/367/36735416005.pdf>
- García-Guardia, M. L., & Llorente-Barroso, C. (2009). La Responsabilidad Social Corporativa: Una estrategia para conseguir Imagen y Reputación. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 7(2), 95-124. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552556589007>
- Gili-Parera, M. A. (2011). La intercooperación: el futuro de las cooperativas. *Desarrollo rural y sostenible*(11), 24-25.
- Guridi, L., & Pérez de Mendiguren, J. C. (2014). *La dimensión económica del Desarrollo Humano Local: La economía social y solidaria* (Vol. 1). Bilbao: Hegoa. Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional.
- Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social. (2006). *Balance Social y Comunicación de la Empresa a la Sociedad*. Santa Cruz de la Sierra: Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social. Obtenido de <http://www.cepb.org.bo/urse/wp-content/uploads/2014/12/2.pdf>
- Instituto Nacional de Fomento Cooperativo. (2017). *Historia y filosofía del cooperativismo*. Instituto Nacional de Fomento Cooperativo. San José: INFOCOOP. Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de http://www.infocoop.go.cr/biblioteca/fasciculos/Historia_&_Filosofia.pdf
- Internacional, A. C. (2017). *Notas de orientación para los principios cooperativos*. India : Sewa Women's Association co-operative. Obtenido de https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/guidance_notes_es.pdf

- International Cooperative Alliance. (2017). *COOP International Cooperative Alliance*. Recuperado el 25 de Abril de 2019, de COOP International Cooperative Alliance: <https://www.ica.coop/es/cooperativas/datos-y-cifras>
- Izquierdo-Muciño, M. E. (24 de Septiembre de 2018). La participación económica de los socios en las empresas cooperativas mexicanas. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, 67-86. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.18543//baidc-53-2018pp67-86>
- Junco, O., Capa, L., & Rodríguez, G. (2016). El cooperativismo en la economía social e instrumento de participación ciudadana: necesidad de inserción en la producción bananera ecuatoriana. *Cooperativismo y Desarrollo*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5768621>
- Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (12 de Septiembre de 2014). Registro Oficial N° 332. *Código Orgánico Monetario y Financiero*. Quito, Ecuador.
- Lara-Gómez, G., Hurtado-Maldonado, J., & Pérez-Sosa, F. (2018). La gobernabilidad individual en las cooperativas de ahorro y préstamo de santiago de querétaro, México. *Administrar Lo Público*, 241-251.
- Londoño, J. (2012). Manual de Balance Social. Medellín, Colombia: GRAFICAS PAJÓN. Obtenido de <https://eco.mdpu.edu.ar/cendocu/repositorio/01128.pdf>
- Luque-González, A., Peñaherrera-Melo, J., & Ordoñez-Salcedo, J. (2019). Comparación de los resultados del balance social como herramienta de gestión: los casos de CACEC y Chibuleo. *Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, 104-117. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rchakin/n7/2550-6722-rchakin-07-00104.pdf>
- Macías-Ruano, A. J. (2015). El quinto principio internacional cooperativo: educación, formación e información. *CIRIEC-España, Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*(27), 1-42. Recuperado el 15 de Abril de 2019
- Macías-Ruano, A. J. (2018). La intercooperación representativa en España. Evolución y expansión. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(126), 133-153. doi:<http://dx.doi.org/10.5209/REVE.59768>
- Martínez-Carrasco, P. F., & Eid, M. (2017). El nivel de conocimiento y la reputación social de las empresas cooperativas. El caso de la Región de Murcia. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(91), 5-29. doi:10.7203/CIRIEC-E.91.8865
- Martínez-Charterina, A. (2014). Las cooperativas y su acción sobre la sociedad. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(117), 34-49. doi:http://dx.doi.org/10.5209/rev_REVE.2015.v117.48144
- Martínez-Charterina, A. (2018). El principio de participación económica de los miembros de la cooperativa desde una perspectiva histórica y doctrinal. *Deusto Estudios Cooperativos*(11), 13-24.

- Mauleón-Méndez, E. (13 de Octubre de 2015). La sociedad agraria de transformación a la luz de los principios cooperativos de la ACI y de la Ley de Economía Social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(27), 1-36.
- Miño, W. (2013). *Historia del cooperativismo en el Ecuador* (Primera ed.). (M. Maya, Ed.) Quito, Ecuador: Editogran S.A. Recuperado el 1 de Mayo de 2019, de <https://es.scribd.com/document/138566401/HISTORIA-DEL-COOPERATIVISMO-EN-EL-ECUADOR>
- Miranda, J. (2014). *De la crisis de identidad al rescate de la génesis del cooperativismo*. España: Revista de Derecho.
- Montoya, C. A. (2011). El Balanced Scorecard como Herramienta de Evaluación en la Gestión Administrativa. *Visión de Futuro*, 15(2), 1-25. Obtenido de http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=251&Itemid=61
- Morales-Vallejo, P. (2010). *Guía para construir escalas de actitudes*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Mora-Portuguez, A. (s.f.). *Mejores prácticas para la Gobernabilidad en las Cooperativas*. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, de <https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/albertomora.pdf>
- Moreno-Fontela, J. L. (2016). Las relaciones entre los valores y principios cooperativos y los principios de la normativa cooperativa. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 114-127. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.54923>
- Mugarra-Elorriaga, A. (2001). Responsabilidad y balance social hoy en día: un reto para las cooperativas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(39), 25-50. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17403903>
- Muñoz-Fajardo, M. F. (2014). La responsabilidad social empresarial y de imagen corporativa como estrategia de posicionamiento en empresas de Guadalajara. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 8(1), 2491-2504.
- OCDE. (2016). *Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. París: OCDE. Recuperado el 2 de Mayo de 2019, de <http://dx.doi.org/10.1787/9789264259171-es>
- Oleas, J. (2016). Economía Solidaria. Historias y prácticas de su fortalecimiento. En H. Jácome-Estrella, J. Sánchez, J. Oleas, D. Martínez, D. Torresano, D. Romero, . . . F. Valencia, H. Jácome, F. Rhon, M. Villalba , & J. Oleas (Edits.), *Economía Solidaria. Historias y prácticas de su fortalecimiento* (pág. 275). Quito: Publiasesores.

- Ovalles-Pabón, L. C., Carvajal, P., Chaustre, D., Espinoza, S., Sepúlveda, Y., & González, J. (2018). Contribución de la ética ambiental y empresarial a las organizaciones. *Mundo Fesc*, 15(1), 62-72.
- Pedrosa-Ortega, C., & Hernández-Ortiz, M. J. (Octubre de 2011). ¿Cómo aplican las sociedades cooperativas de éxito los principios cooperativos? El caso del Grupo Hojiblanca. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*(72), 157-185. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17421345006>
- Pereira, J., Borja, F., Rodríguez, I., & Burbano, R. (2017). EVOLUCIÓN DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN ECUADOR, 2000-2015. *Semestre Económico*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v20n45/0120-6346-seec-20-45-00187.pdf>
- Pérez-Sanz, F. J., Esteban-Salvador, L., & Gargallo-Castel, A. (2009). Participación, gobierno democrático y resultados cooperativos: una perspectiva de RSE. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(65), 163-190. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17412326008>
- Pimentel, L. (1999). *Planificación estratégica*.
- Ramírez-Díaz, L., Herrera-Ospina, J., & Londoño-Franco, L. (2016). El cooperativismo y la economía solidaria: génesis e historia. *Economía Social y Solidaria*, 133-145. doi:10.16925/co.v24i109.1507
- Ravina, A. O. (Noviembre de 2001). El balance social en las cooperativas y mutuales. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(39), 189-200. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17403910>
- Reyes-Lavega, S. (2012). Las Especiales Características de las Cooperativas. *Apuntes para el desarrollo cooperativo en Cuba*, 1-16.
- Roelants, B., Hyungsik, E., & Terrasi, E. (2014). *Cooperatives and Employment: a Global Report*. Reporte . Recuperado el 28 de Mayo de 2019, de Cooperatives and Employment: a Global Report: http://www.cicopa.coop/cicopa_old/IMG/pdf/cooperatives_and_employment_a_global_report_en_web_21-10_1pag.pdf
- Ruiz-Guerra, I., & Quesada-Rubio, J. M. (Diciembre de 2014). Los principios cooperativos como capital intangible ante los desafíos del cooperativismo. *Intangible Capital*, 10(5), 897-921. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/549/54932957003.pdf>
- Sánchez, R. (2015). Los principios cooperativos como principios configuradores de la forma social cooperativa. *CIRIEC - España. Revista jurídica de economía social y cooperativa*(27), 49-86.

- Serna-Gómez, H., & Rubio-Rodríguez, G. A. (2016). La gobernabilidad en el sector cooperativo: una reflexión acerca de su verdadera implementación. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*(48), 239-256.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2017). *Cooperativas hacia la responsabilidad social*. Ambato: SEPS.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2019). *Catastro del Sector Financiero*. Obtenido de <https://servicios.seps.gob.ec/gosf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (17 de Enero de 2020). Boletín financiero Segmento 1. *Reporte financiero comparativo el Segmento 1*. Ecuador.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (30 de 06 de 2017). www.seps.gob.ec. Recuperado el 04 de 09 de 2018, de <https://www.seps.gob.ec/noticia-medio?el-1-de-julio-se-celebra-el-dia-internacional-de-las-cooperativas>
- Torres-Moraga, E., Flavián-Blanco, C., & Hidalgo-Campos, P. (2007). Construcción de la confianza del consumidor hacia la banca en internet: un análisis de los factores de la imagen corporativa. *Estudios de Administración*, 14(1), 23-45. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/267867911>
- Ucha, F. (2013). *Principios Empresariales*. México : ABC.
- Unidad de Cooperativas. (2017). *Principios Cooperativos*. Madrid: Index. Obtenido de <http://www.consumidores.coop/unccue/los-principios-cooperativos/>
- Valencia-Molina, M. R. (30 de Septiembre de 2019). *Coomeva*. Obtenido de Coomeva: <https://www.coomeva.com.co/dirigencia/publicaciones/44299/balance-social-cooperativo/>
- Vargas-Vasserot, C. (2015). El principio cooperativo de puertas abiertas (adhesión voluntaria y abierta). tópico o realidad en la legislación y en la práctica societaria. *CIRIEC-España, Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*(27), 1-41.
- Vargas-Vasserot, C. (Abril de 2015). Las cooperativas de crédito y su posición dentro del modelo cooperativo. Integración frente a diferenciación en el marco de la reforma del sistema financiero. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(117), 50-76. Recuperado el 18 de Abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36735416004>
- Vázquez-Castellanos, M. V., Silva-Olvera, M. D., & Liquidano-Rodríguez, M. D. (2016). Beneficios de la Cooperación Interempresarial en Empresas Agroindustriales del Sector Lácteo del Estado de Aguascalientes. *Conciencia Tecnológica*(52), 1-17. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94451204005>

- Vázquez-Hernández, M. (2016). Las Sociedades Cooperativas, una expresión de Economía Social Solidaria. El caso de la cooperativa de productores de artesanías Erandi. *Economía y Sociedad*, XX(34), 17-37. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=51046653002>
- Yarce, J. (2000). Los valores son una ventaja competitiva. En J. Yarce, *Los valores son una ventaja competitiva* (págs. 18-27). Ediciones ILLiderazgo. Recuperado el 20 de Abril de 2019, de http://universidad.edu.co/images/cmlopera/descargables/13_los_valores_son_una_ventaja_competitiva.pdf
- Zabala, H. (2008). Construcción de un modelo de Balance Social para el Cooperativismo de una Región Latinoamericana: Caso de Antioquia Colombia. Antioquia, Colombia: Fundación Universitaria Luís Amigó - FUNLAM. Obtenido de https://cdn.ymaws.com/www.istr.org/resource/resmgr/abstracts_-_barcelona4/salazar.hernando.pdf
- Zaldivar, M., & Sotomayor, N. (2003). *Sistema de Cooperativas de Ahorro y Crédito: Una Visión Económica*. Documento de trabajo, Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, Departamento de Análisis de Instituciones Microfinancieras, Lima. Obtenido de <https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/coopperu.pdf>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA



Objetivo: Determinar la percepción del cumplimiento de los principios cooperativos por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito.

Indicaciones: Marque con una X según corresponda a las siguientes afirmaciones.

Datos Generales

Género	
Masculino	
Femenino	

Edad	
≤ 17	
18 – 34	
35 – 51	
52 – 68	
69 - 85	
≥86	

Nivel Educativo	
Educación Básica	
Bachillerato	
Técnico Superior	
Tercer Nivel	
Postgrado	

Estado Civil	
Soltero	
Casado	
Divorciado	
Viudo	
Unión Libre	

Encuesta

1	2	3	4	5
En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	En total de acuerdo

N°	Afirmaciones	Opción de respuesta				
		1	2	3	4	5
1	Mi decisión de unirme a la cooperativa ha sido libre y voluntaria					
2	Considero que la cooperativa fomenta los valores de justicia y honestidad, a través del desempeño ético de sus funciones					
3	Considero que el valor de los intereses percibidos por depósitos a la vista y por depósitos a plazo son justos					
4	He observado que la cooperativa muestra información económica de una manera regular y permanente					
5	Considero que establecer reservas a partir de las ganancias de la cooperativa es importante para su desarrollo					
6	Considero que mi aporte para ser socio de la cooperativa es igualitario respecto al de otros socios					
7	Estoy seguro/a que la cooperativa desarrolla sus actividades de acuerdo a un plan estratégico					
8	Me he percatado que la cooperativa cuenta con reglamentos bien definidos y que estos han sido socializados					
9	Recuerdo haber sido invitado a socializaciones sobre los principios, valores y métodos cooperativos de la institución					
10	Tengo entendido que se han realizado capacitaciones al personal de la cooperativa acerca del Código de ética al que está regido					

1	2	3	4	5
En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	En total de acuerdo

N°	Afirmaciones	Opción de respuesta				
		1	2	3	4	5
11	Tengo entendido que la cooperativa educa a sus asociados para poder deliberar adecuadamente en las asambleas					
12	Tengo en conocimiento que la cooperativa socializa al personal acerca de los efectos de la corrupción y las maneras de combatirlas					
13	Tengo conocimiento sobre la inversión que realiza la cooperativa en otras cooperativas					
14	Tengo en conocimiento que otras cooperativas realizan inversiones en mi cooperativa					
15	He visto en prensa que mi cooperativa se ha fusionado o ha absorbido a otra cooperativa					
16	Tengo en conocimiento que mi cooperativa mantiene convenios con otras cooperativas					
17	La cooperativa se encuentra asociada a la Red de Integración Ecuatoriana de Cooperativas de Ahorro y Crédito					
18	La cooperativa es responsablemente social porque cumple con las leyes del Estado y sus organismos					
19	Tengo entendido que la cooperativa realiza prácticas que no perjudican al medio ambiente					
20	Considero que mi cooperativa es socialmente responsable con el medio ambiente					
21	Bajo mi criterio la cooperativa ha generado empleo más estable y de más calidad					
22	He visto en publicaciones de prensa que la cooperativa es reconocida por su desempeño ético y social					
23	La cooperativa tiene cobertura a nivel nacional					
24	La cooperativa mantiene su esencia cooperativista					
25	La cooperativa desenvuelve un papel importante en el desarrollo de las comunidades					
26	La cooperativa genera plena confianza en mi persona como socio					
27	Mi calidad de vida ha mejorado a través de los créditos recibidos de la cooperativa					
28	La cooperativa incentiva el ahorro a través de altas tasas de interés					
29	Tengo entendido que la cooperativa realiza actividades educativas, culturales, deportivas y recreativas					
30	Varios miembros de mi familia son socios de la cooperativa					



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA



1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

1	2	3	4	5
Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto

N°	Afirmaciones	Opción de respuesta				
		1	2	3	4	5
31	He sido discriminada/o por parte de la cooperativa debido a mi condición social					
32	He considerado retirarme de la cooperativa por no estar de acuerdo con el trato discriminatorio hacia otros socios					
33	He sido testigo de tratos preferenciales hacia otros socios de la cooperativa que no se encuentran en el grupo de "Atención prioritaria"					
34	He tenido la oportunidad de participar activamente en las elecciones a representantes de la cooperativa					
35	He participado en las decisiones que toma la cooperativa					
36	Mis sugerencias respecto al actuar y gestión de la cooperativa han sido tomadas en cuenta					
37	He tenido la oportunidad de postular como miembro a la Asamblea General y al Consejo de Administración y Vigilancia de la cooperativa					
38	Considero que la cooperativa cuenta únicamente con fondos propios para poder operar					
39	La cooperativa ha firmado acuerdos de proyectos conjuntos con otras organizaciones					
40	He desarrollado actividades de orientación en ética, liderazgo y políticas públicas conjuntamente con la cooperativa					
41	La cooperativa ha firmado acuerdos con organismos gubernamentales para el desarrollo de la comunidad					
42	He visto en la prensa que la cooperativa ayuda y participa en programas de emprendimiento, de sostenibilidad ambiental y socioculturales que se desarrollan en la comunidad					

N°	Afirmaciones	Opción de respuesta				
		1	2	3	4	5
43	Según mi apreciación el valor de los intereses pagados por créditos y microcréditos en relación a otras cooperativas son:					
44	Me han contado que los excedentes anuales de la cooperativa son:					

1	2	3	4	5
Pésimo	Malo	Regular	Bueno	Excelente

N°	Afirmaciones	Opción de respuesta				
		1	2	3	4	5
45	Siendo miembro de la cooperativa, considero que mi nivel de vida es:					
46	He notado que la atención que brinda la cooperativa hacia el grupo de atención prioritaria es:					

¡Gracias por su colaboración!