Balance Social

Concepto, beneficios, importancia, aplicabilidad; y, metodologías

Roger Augusto Chamba González

DGRV – Confederación Alemana de Cooperativas

Noviembre 2021

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE
Die Genossenschaften

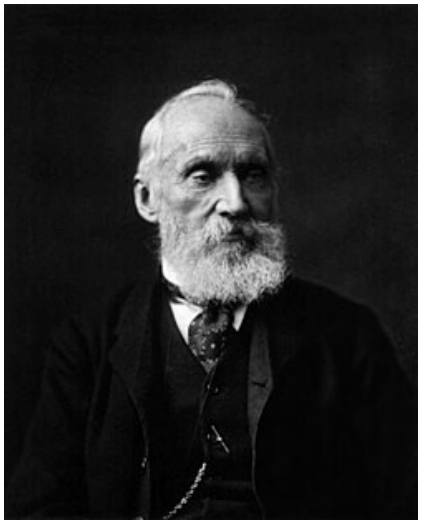
DGRV
DIE GENOSSENSCHAFTEN

Agenda

- Generalidades sobre Balance Social
- Desarrollo del Balance Social en Ecuador
- Herramientas para evaluar el Balance Social
- Procedimientos para construir un informe de balance social cooperativo
- Beneficios de un balance Social Cooperativo

DGRV
DIE GENOSSENSCHAFTEN

PARA MEDITAR



William Thomson,
Lord Kelvin
Físico y matemático
Británico
1824 – 1907

"Lo que no se define no se puede medir. Lo que no se mide, no se puede mejorar. Lo que no se mejora, se degrada siempre."

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

Generalidades de Balance Social

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

Antes de empezar

Responsabilidad Social

Antecedentes

Andrew Carnegie, en su libro The Gospel of Wealth (1889), sugiere de que las personas adineradas deberían apoyar a la sociedad y socorrer a los menesterosos

En 1916 el economista John Maurice Clark planteó que las responsabilidades de los negocios deben incluir los resultados de sus transacciones

Oliver Sheldon en 1923 insistió en la necesidad de un mejor desarrollo de la administración para garantizar un crecimiento efectivo de la industria.

Los cambios en torno al tema de la responsabilidad social empezaron a ocurrir a fines de la década de 1930 y a principios de la de 1940

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

Antecedentes

En 1953 Howard R. Bowen publicó el Libro "Social Responsibility of the Businessman" (Responsabilidad Social del Empresario) donde mostró la evolución de las corporaciones y cuestiona a las empresas la responsabilidad de devolver a la sociedad lo que esta les facilito

En la década de 1960, Davis, K. sugirió que la responsabilidad de las empresas está en función del grado de poder que éstas tienen en la sociedad

Al finalizar la década de 1960, Milton Friedman (Premio Nobel de Economía 1975), afirmaba que la responsabilidad de los directivos de las empresas era la retribución económica de sus accionistas

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

Antecedentes

Proliferación de definiciones y modelos de RSE (1975-1990). Desarrollo "Teoría de la pirámide" (Carroll), en 1975, Sethi; en 1976, Robert Ackerman; Drucker, en 1984 (Convertir sus responsabilidades sociales en oportunidades de negocio)

Vinculación con grupos de interés (1990-2000)

Donna Wood generó tres principios de la RS: legitimidad, responsabilidad pública y gestión.

En 1997, Adela Cortina plantea que las empresas deben hacer legítima su operación con toda la sociedad para mantenerse o perdurar en armonía

El auge de la RSE y la inclusión de nuevos actores en su consecución (2000-actualidad)

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

Antecedentes

La historia refleja que la RSE ha mantenido dos posturas:

- Aquella que se basa en realizar acciones de filantropía con la intención de mejorar la imagen de la empresa y su posicionamiento en el mercado.

- La que se presenta de una forma integral, en la cual las preocupaciones sociales, expresadas por los diferentes grupos de interés, se encuentran integradas a los diversos aspectos que conforman la actividad de la empresa, como el modelo de negocios, la estrategia, la visión, los bienes o servicios que ofrece, entre otros.

CATEGORÍA	ENFOQUE	RESPONSABILIDADES	ARGUMENTO
CARITATIVA O FILANTRÓPICA	ECONÓMICO MILTON FRIEDMAN, 1970	Maximización del beneficio de los accionistas	Bienestar general
	AUTOINTERÉS ROBERT ACKERMAN, 1976	Estrategias de apoyo social y donativos	Ayuda a la comunidad, mejor imagen y visibilidad
	PRIORIDADES ARCHIVE CARROL, 1979	Obligaciones económicas, legales, éticas y filantrópicas	La solidez financiera es la base del aporte social
	PAPEL SOCIAL PETER DRUCKER, 1986	Ofrecer bienes y servicios, empleo e impuestos	Cumplir con su rol en la sociedad
INTEGRAL U OPERATIVA	GRUPOS DE INTERÉS EDUARD FREEMAN, 1983	Responder a todas las personas o grupos que son afectados o podrían verse afectados por las actividades de la empresa	Disminución de riesgos, mejores relaciones
	LEGITIMIDAD ADELA CORTINA, 1997	Obligación moral con todos los implicados en los procesos	Licencia para operar, aceptación social
	DESARROLLO SOSTENIBLE HART, ELKINGTON, 1997; SAVALL y ZARDET, 2004	Responder a las expectativas sociales y a los retos globales	Supervivencia de la empresa y de la sociedad
	ESTRATÉGICO PORTER y KRAMER, 2006	Reducir el impacto en la cadena de valor	Diferenciación y ventajas competitivas, menor impacto

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

Lo actual y lo futuro

Este proceso evolutivo da muestra del interés de diferentes actores por entender, sistematizar y promover la RSE a nivel mundial, regional y nacional.

La RSE se encuentra en diversos niveles y esferas sociales, desde organismos internacionales y nacionales hasta universidades y gobiernos, quienes ven en la RSE una forma de la que disponen las organizaciones para generar un mayor valor social para todas las generaciones, tanto las actuales como las futuras.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

RESPONSABILIDAD SOCIAL

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

RESPONSABILIDAD SOCIAL

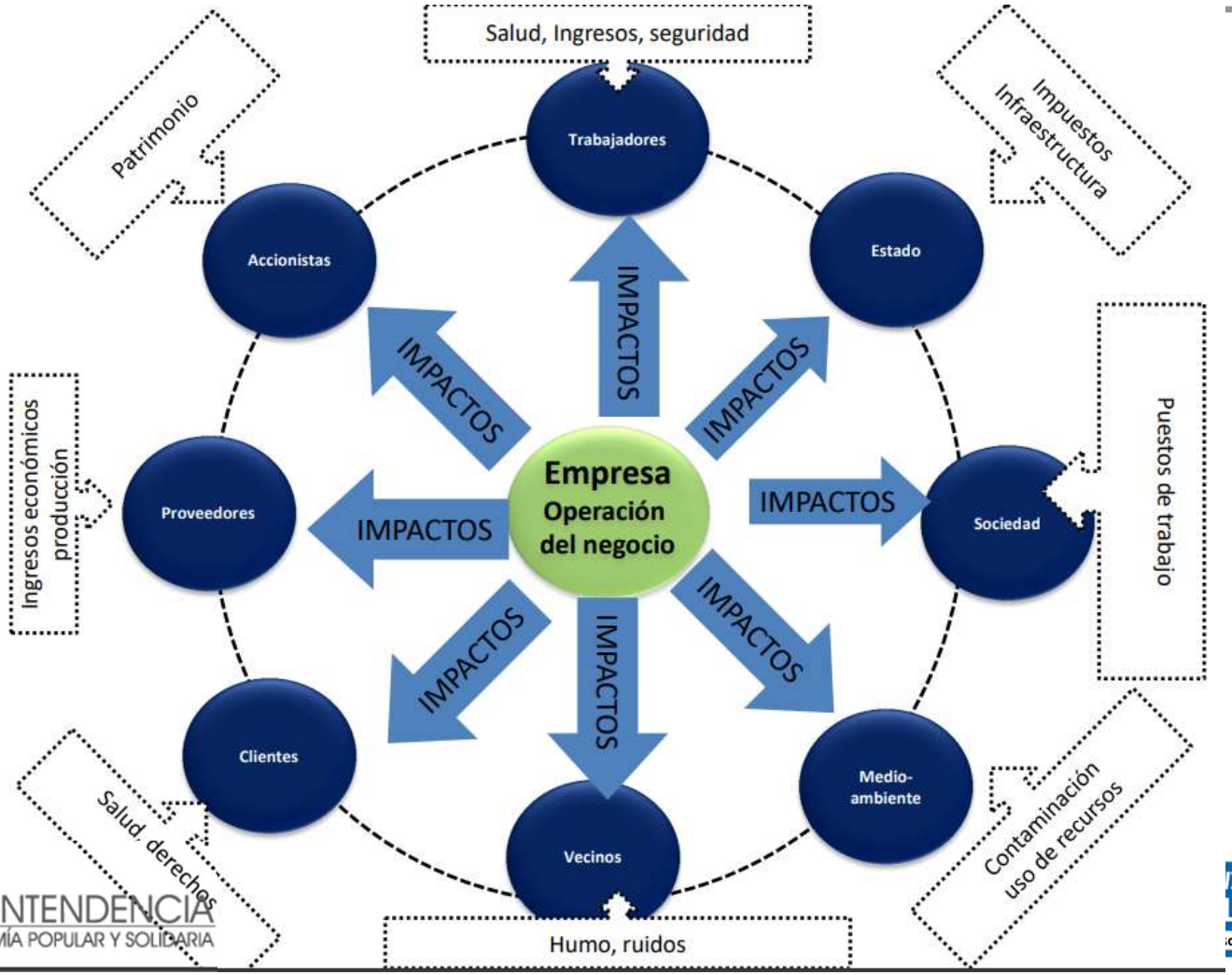
CONCEPTO DE STAKEHOLDER

"personas, grupos u organizaciones que mantienen una relación directa o indirecta con la empresa y que, por lo tanto, pueden verse afectados por las decisiones y acciones de la empresa, y que recíprocamente pueden influir o ejercer poder en ella".

Edward Freeman, 1984.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

RESPONSABILIDAD SOCIAL



SUPERINTENDENCIA
DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

DGRV
DIE GENOSSENSCHAFTEN

RESPONSABILIDAD SOCIAL

LOS IMPACTOS Y LAS RESPONSABILIDADES. ENFOQUE TRADICIONAL

Enfoque tradicional

La empresa debe maximizar las ganancias

Para lograrlo es válido transferir costos a otros (**externalidades negativas**)

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

GRV NOSSENSCHAFTEN

RESPONSABILIDAD SOCIAL

LOS IMPACTOS Y LAS RESPONSABILIDADES. ENFOQUE RSE

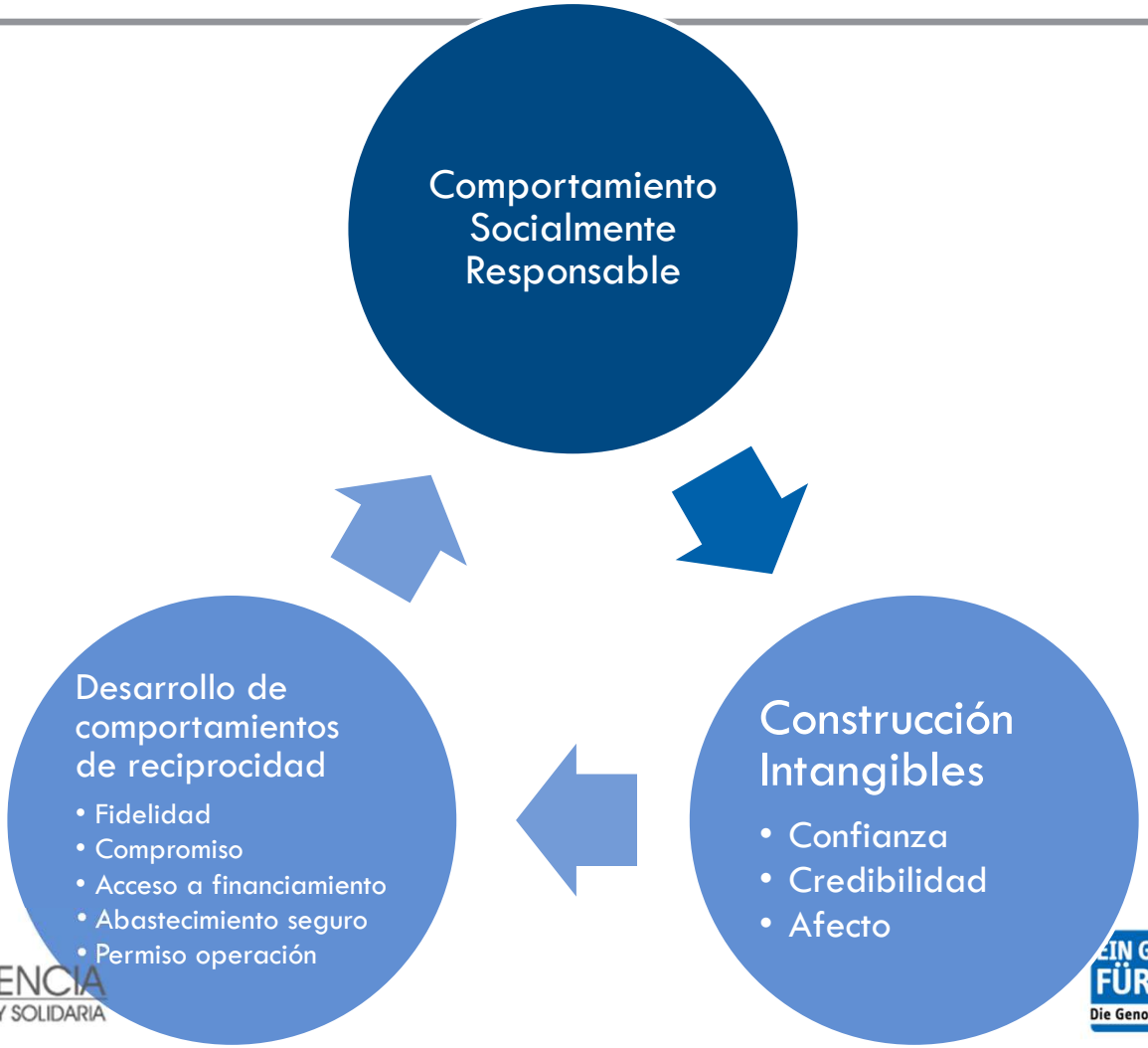
Enfoque de Responsabilidad Social

La empresa procura minimizar los impactos negativos y generar impactos positivos

SUPERINTENDENCIA
DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

GRV
NOSSENSCHAFTEN

RESPONSABILIDAD SOCIAL

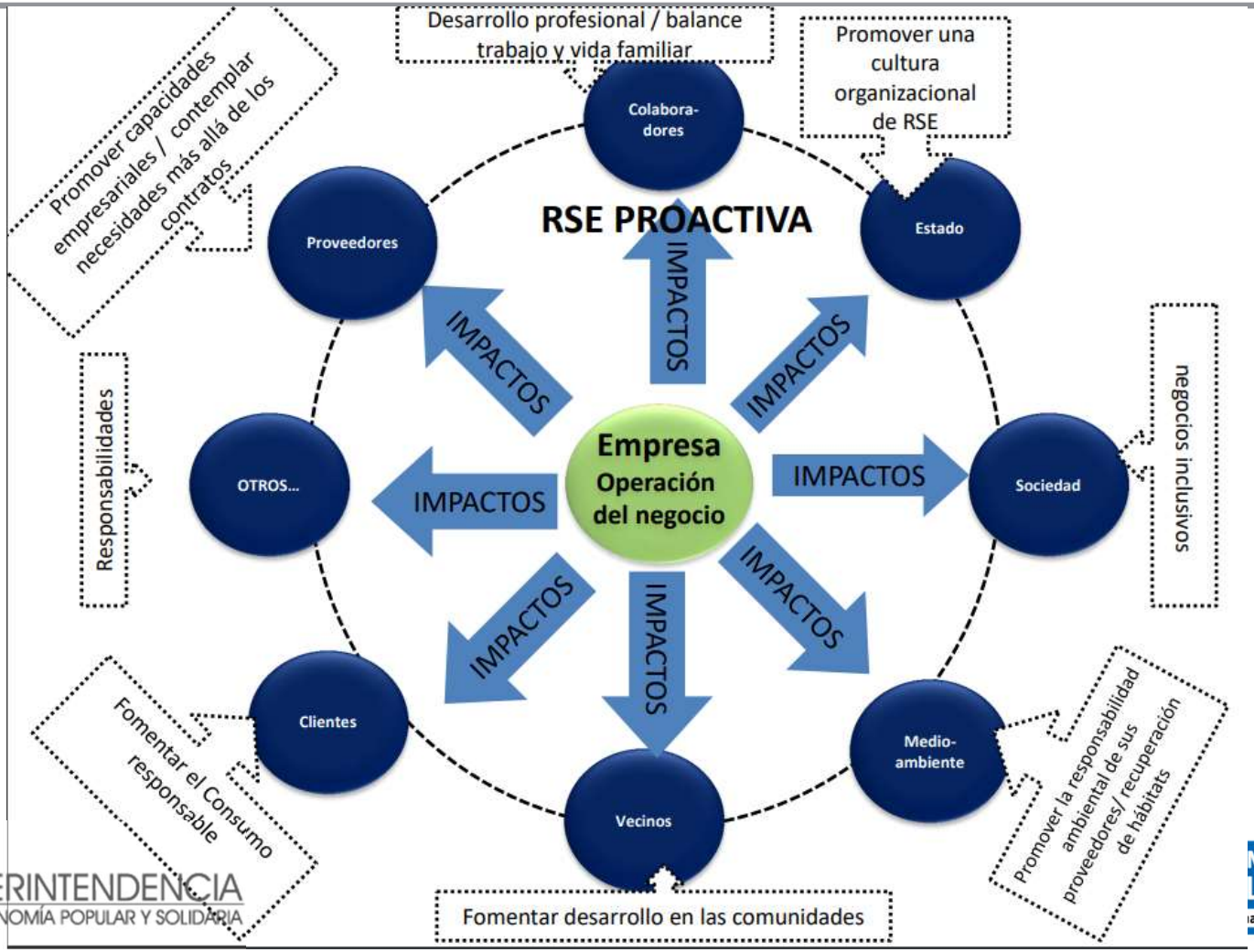


SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

RESPONSABILIDAD SOCIAL



SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

RESPONSABILIDAD SOCIAL

No son acciones aisladas sobre algún tema en particular, son políticas sustentables, sostenibles a lo largo del tiempo en las que las empresas se comprometen a mejorar la calidad de vida de las personas.

El acceso igualitario a la salud, a la educación de calidad, el empoderamiento de las mujeres, la reducción de las desigualdades, son algunas de las iniciativas que se pueden llevar a cabo a través de la responsabilidad social

Las posibilidades son INFINITAS!!!

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Es la forma que han definido las empresas para relacionarse con sus públicos de interés (internos y externos) de forma voluntaria.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Alineamiento

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

ESTRATEGIA INSTITUCIONAL

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

OBJETIVOS RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Poner fin a la pobreza y el hambre y garantizar un ambiente sano digno y en equidad
- Proteger el planeta de la degradación para nuestra generación y la de nuestros hijos
- Asegurar que todos puedan disfrutar de una vida próspera y que todo progreso económico, social y tecnológico se dé en armonía con la naturaleza
- Fomentar sociedades pacíficas, justas e incluyentes libres de miedo y violencia
- Movilizar lo necesario para fortalecer una alianza global para el desarrollo centrada en las necesidades de los más vulnerables, con la participación de todos.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

¿Que es Balance Social ?

¿ORIGEN O REALIDAD?

El Balance Social se origina por la necesidad de las organizaciones de expresar su comportamiento respecto de la sociedad y el ambiente.

Dicha necesidad surge de los requerimientos de los grupos de interés por conocer el desenvolvimiento de estos entes (más allá de lo que exponen en sus Estados Financieros), en lo que respecta al impacto de sus acciones y políticas.

REGULACIONES RELACIONADAS

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR señala:

"Capítulo cuarto
Soberanía económica
Sección primera
Sistema económico y política económica
Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.
El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios."

REGULACIONES RELACIONADAS

El Código Orgánico Monetario y Financiero señala:

En el artículo 445 prescribe: "*Las cooperativas de ahorro y crédito son organizaciones formadas por personas naturales o jurídicas que se unen voluntariamente bajo los principios establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, con el objetivo de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, con clientes o terceros, con sujeción a las regulaciones que emita la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.*

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera regulará tomando en cuenta los principios de territorialidad, ***balance social****, alternancia en el gobierno y control democrático y social del sector financiero popular y solidario* **";**

En el artículo 449 "*Las cooperativas de ahorro y crédito deberán mantener índices de solvencia y prudencia financiera que permitan cumplir sus obligaciones y mantener sus actividades de acuerdo con las regulaciones que se dicten para el efecto, considerando las particularidades de los segmentos de las cooperativas de ahorro y crédito. Las regulaciones deberán establecer normas, al menos, en los siguientes aspectos: (...)* ***4. Balance Social;***"

REGULACIONES RELACIONADAS

LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA señala:

DISPOSICIONES GENERALES

…

SEGUNDA.- Las organizaciones sujetas a esta Ley incorporarán en sus informes de gestión, el balance social que acreditará el nivel de cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales, en cuanto a la preservación de su identidad, su incidencia en el desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultural.

…

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

BALANCE SOCIAL COOPERATIVO

El Balance Social es un instrumento estratégico para evaluar y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social y corporativa, , la misma que es útil para la toma de decisiones, así como en la determinación de políticas y estrategias sociales.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

BALANCE SOCIAL COOPERATIVO

Toma como referencia los principios establecidos en los valores y principios del cooperativismo y los objetivos sociales.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

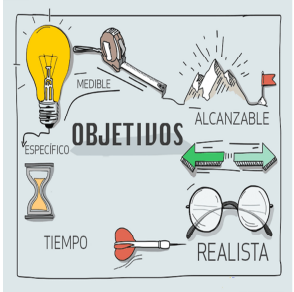
Die Genossenschaften DIE GENOSSENSCHAFTEN

OBJETIVOS DEL BALANCE SOCIAL COOPERATIVO

Rendir cuentas sobre el cumplimiento de los principios cooperativos

El **Balance Social** es un instrumento que les permite a las **cooperativas** evaluarse y al mismo tiempo rendir cuentas a todos los grupos de interés.

Visibilizar resultados cuantitativos y cualitativos del cumplimiento de la responsabilidad social cooperativa



BALANCE SOCIAL = TRANSPARENCIA

Integrar planes y mejores prácticas sobre los aspectos sociales de la cooperativa

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Die Genossenschaften DIE GENOSSENSCHAFTEN

EL BALANCE SOCIAL COOPERATIVO ES:

- Una herramienta que facilita la competitividad
- Un instrumento de medición del impacto social de una cooperativa en su zona de influencia.
- Una evaluación de la relación entre los beneficios sociales y el éxito en los negocios
- Una herramienta estratégica de evaluación sistemática
- Un instrumento comunicacional

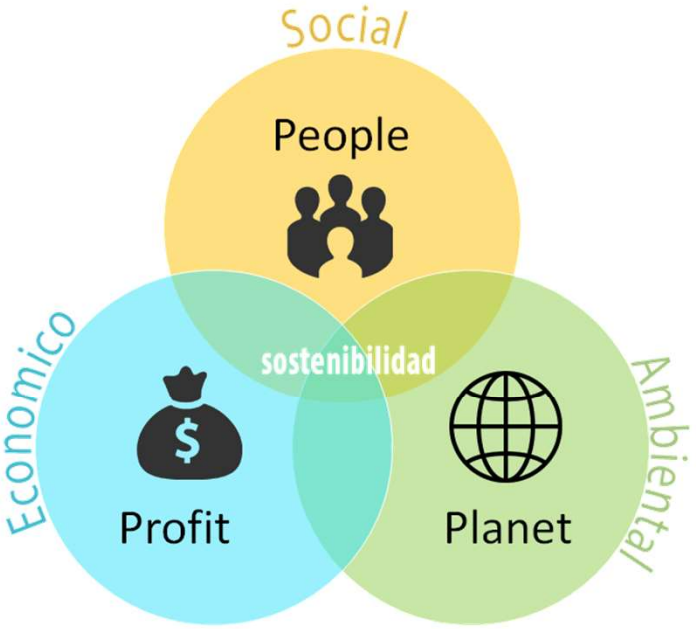
SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

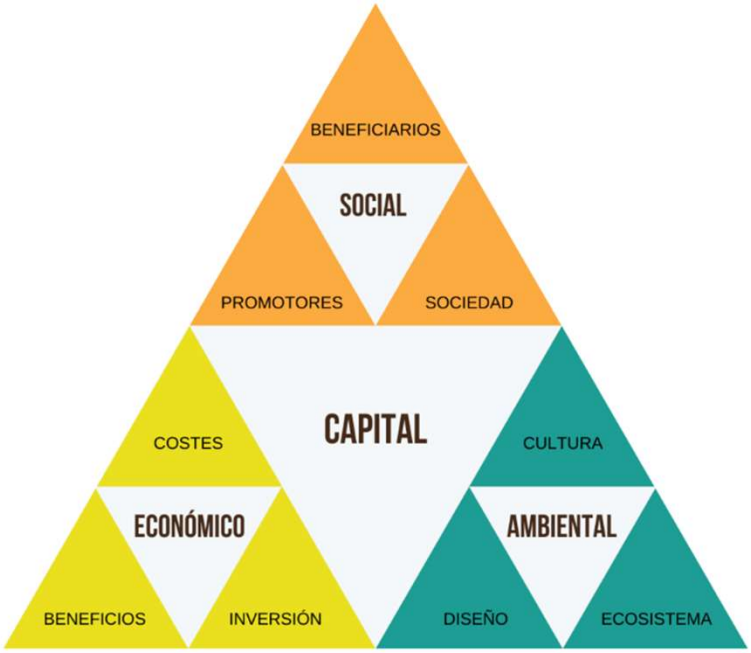
EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

TRIPLE RENTABILIDAD

Construir una cultura organizacional que ayude a la Cooperativa a mejorar su competitividad en el mercado





SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

OBJETIVOS DE RENTABILIDAD

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

BALANCE SOCIAL AYUDA A VISUALIZAR EL CORAZÓN DE LA INSTITUCIÓN

Consumo responsable

Fortalecimiento de la economía social y solidaria

Transparencia

Transformación social

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Con la finalidad de ayudar al cambio social

Comunidad

Compromiso

Red

Mejora continua

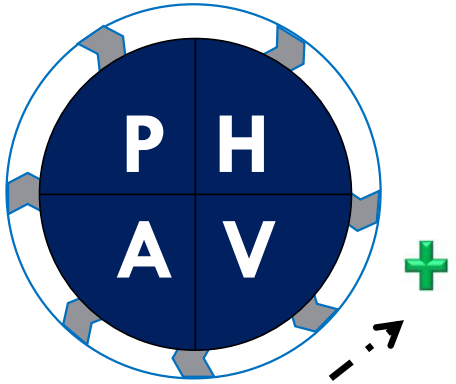
Inteligencia colectiva

Auto reflexión

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

BS SE ENFOCA EN APOYAR LA GESTION INSTITUCIONAL



MEJORA
CONTINUA

MEJORA CONTINUA

SUPERINTENDENCIA
DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE
Die Genossenschaften

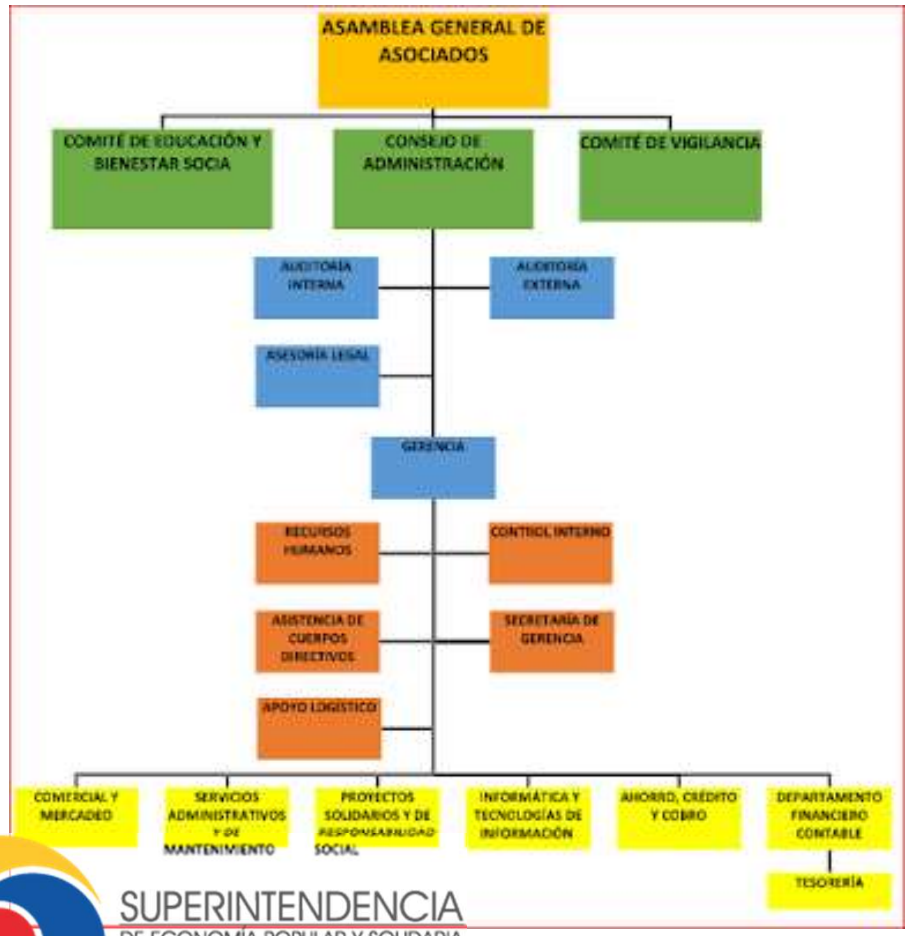
DGRV
DIE GENOSSENSCHAFTEN

¿ES NECESARIO TENER POLÍTICAS PARA REALIZAR UN BS?

A la hora de elaborar el balance social es necesario que la organización posea una sólida política de Responsabilidad Social y que la misma sea conocida por todos los integrantes de la misma así como también sus grupos de interés.

En ella se expresan las políticas sustentables y es documentación de necesaria consulta para quienes preparen el balance social y para quienes lo auditen.

COMO PARTICIPA LA ENTIDAD EN LA CONSTRUCCIÓN DEL BALANCE SOCIAL



Directivos

Gerencia General

- Jefe Financiero
- Jefe de Sistemas
- Jefe Talento Humano
- Jefe de Crédito
- Responsable Balance Social
- Area Marketing

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

BALANCE SOCIAL AYUDA A VISUALIZAR EL CORAZÓN DE LA INSTITUCIÓN

- Es útil para conocer los Estados Sociales de la organización.
- Es útil para medir el impacto de las acciones sociales de las organizaciones.
- Es útil para apoyar la gestión social y estimular la intervención de la organización en el desarrollo de las comunidades.
- Es útil para crear conciencia de la responsabilidad social de las organizaciones solidarias entre los asociados.
- Es útil para permitir la comprobación del mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados.
- Es útil para estructurar eventos de capacitación

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y BALANCE SOCIAL

La responsabilidad social **ha evolucionado** y **se ha posicionado** cada vez más en los diferentes sectores de la sociedad como medio para **responder** a las expectativas de las **partes interesadas** de una organización, independientemente de su naturaleza, **convirtiéndose** así en un elemento diferenciador para la competitividad.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

Balance Social y sus ventajas

Establecer una línea base de cumplimiento

Establecer objetivos para el plan estratégico

Generar planes de acción

Establecer una cultura de responsabilidad social

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

TEMAS RELACIONADOS CON BALANCE SOCIAL

VALORES COOPERATIVOS

1. Ayuda Mutua	Como individuo, se está limitado en lo que puede hacerse o en lo que puede lograrse. Por medio de la acción conjunta y la responsabilidad mutua, puede lograrse más, especialmente al aumentar la influencia colectiva en el mercado y ante los gobiernos.
2. Responsabilidad propia	Las personas asociadas asumen la responsabilidad para con su cooperativa, para su creación y vitalidad continua. Así, las asociadas/os son los responsables para garantizar que su cooperativa mantenga su independencia de otras organizaciones públicas y privadas.
3. Democracia	Es la necesidad de participación activa y consciente por parte de las personas asociadas en la toma de decisiones y en los procesos de gobernabilidad de sus cooperativas como instancias para asegurar los mecanismos que ofrece el cooperativismo.
4. Igualdad	Las personas asociadas tienes derecho a participar, ser informados, escuchados e involucrados en la toma de decisiones.
5. Equidad	Se refiere a la forma en que se trata a los miembros dentro de la cooperativa, a la hora de retribuirles su participación en la entidad. Es el mecanismo de distribución de los excedentes con base en la participación y no en el lucro.
6. Solidaridad	Las cooperativas son más que asociaciones de individuos, son afirmaciones de la fuerza colectiva y de la responsabilidad mutua. La solidaridad significa que cooperativistas y cooperativas se mantienen juntos. Aspiran a crear un movimiento cooperativo unido, local, nacional, regional e internacional.

7 PRINCIPIOS COOPERATIVOS

El término Balance Social se refiere a su Responsabilidad frente a los socios y con su función social respecto a la sociedad en su conjunto.

Mide los beneficios adicionales a los meramente económicos que las cooperativas transfieren a sus grupos de influencia: los socios, los empleados y la comunidad en su conjunto.

Herramienta de gestión institucional

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

7 PRINCIPIOS COOPERATIVOS

01

Membresía abierta y voluntaria

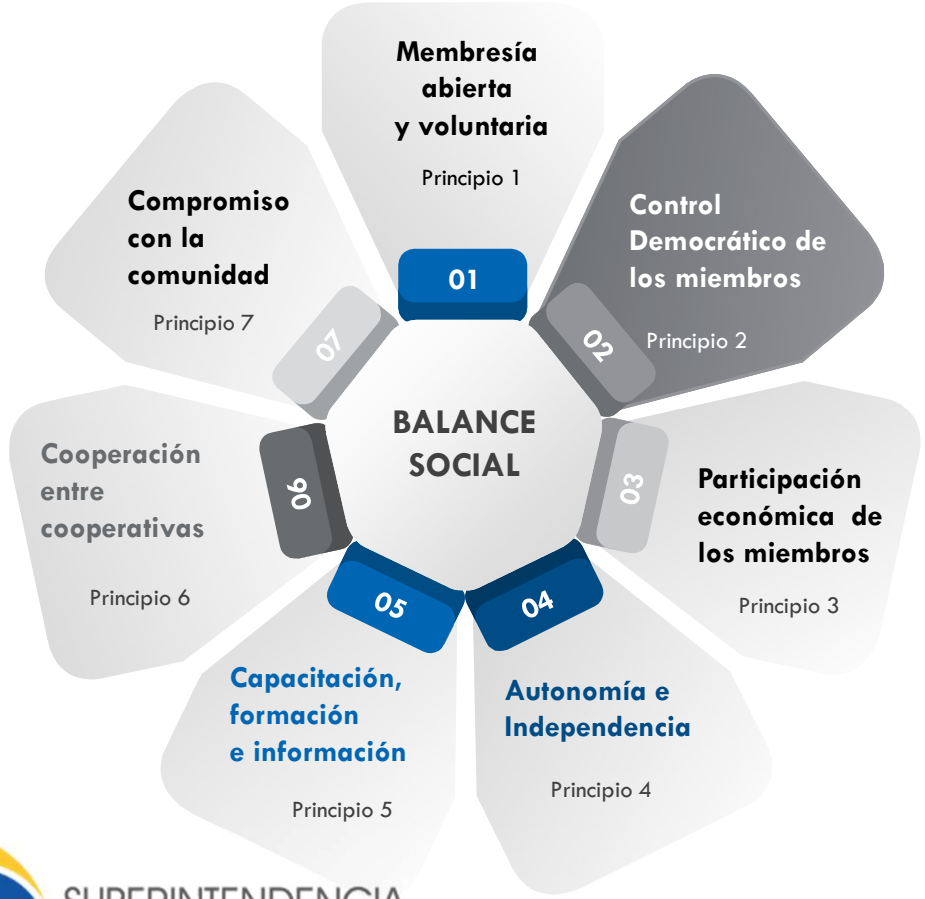
Las cooperativas de Ahorro y Crédito son organizaciones voluntarias, disponibles para aquellas personas que están listas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía, sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religión.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

7 PRINCIPIOS COOPERATIVOS



02

Control democrático

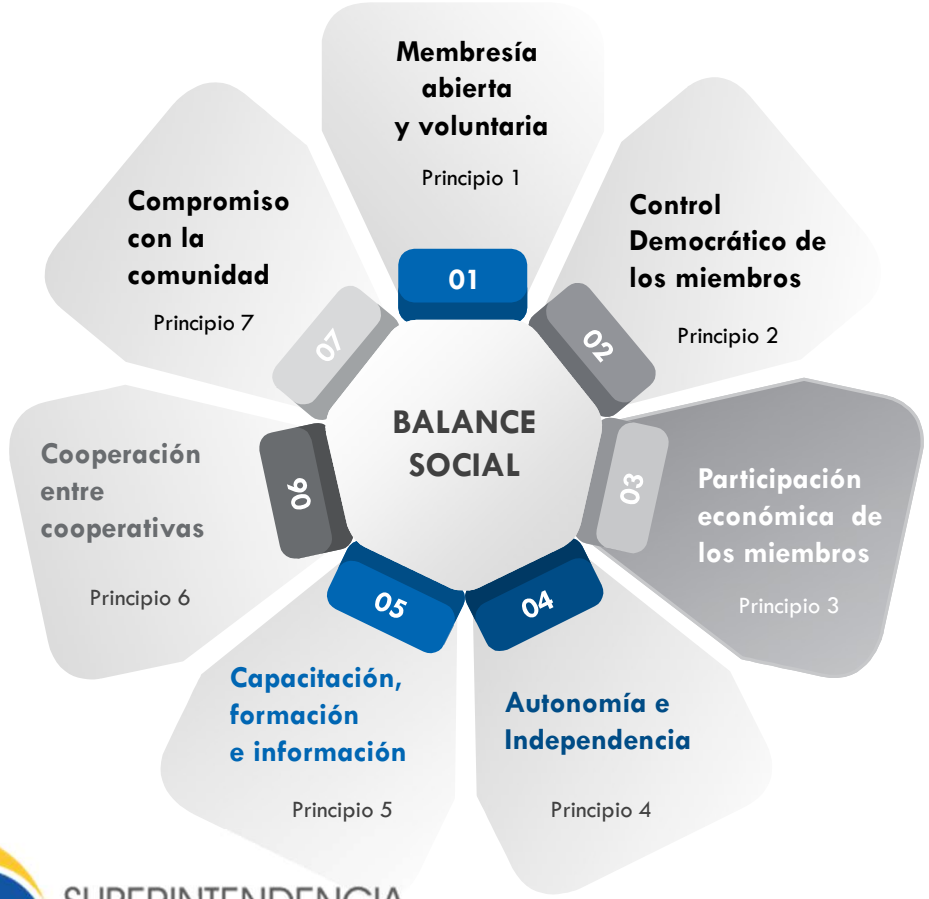
Las cooperativas son controladas por sus miembros, quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

7 PRINCIPIOS COOPERATIVOS



03

Participación económica

Los miembros contribuyen de manera equilibrada y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa, usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membresía.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

7 PRINCIPIOS COOPERATIVOS

04

Autonomía e independencia

Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus socios.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

7 PRINCIPIOS COOPERATIVOS

05

Capacitación, formación e información

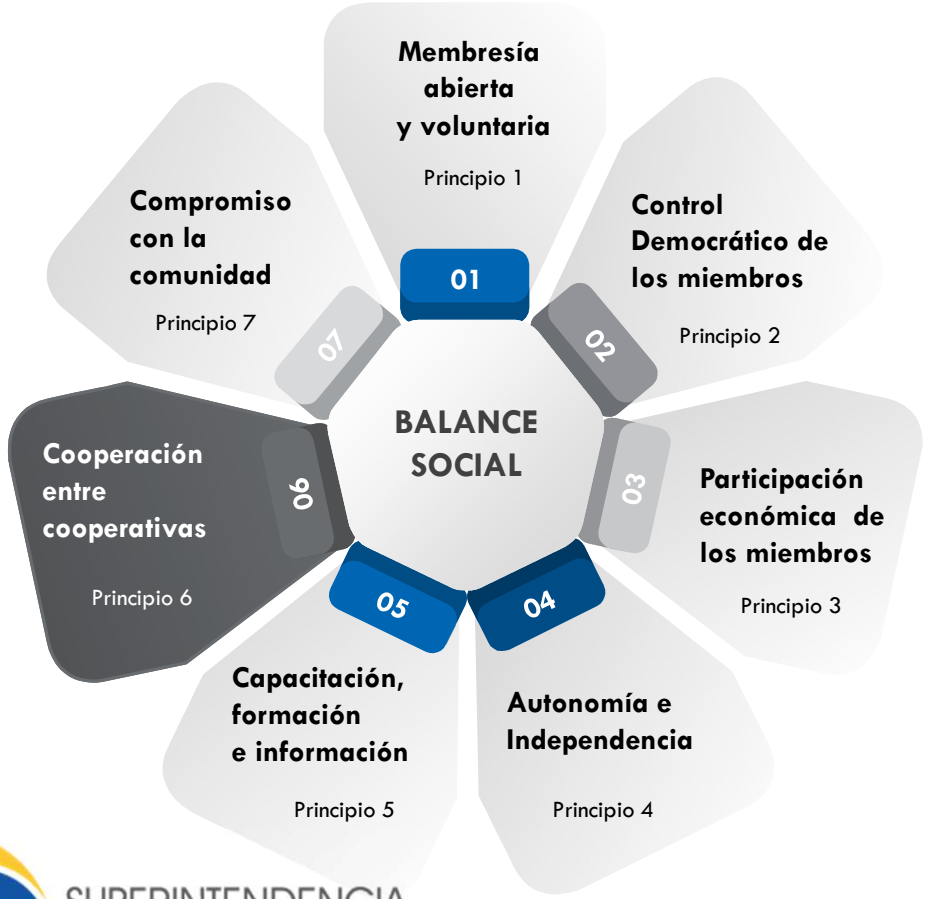
Las cooperativas brindan educación y formación a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas, las mismas que informan al público en general, particularmente jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

7 PRINCIPIOS COOPERATIVOS



06

Cooperación entre cooperativas

Las cooperativas sirven a sus socios más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo, trabajan de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

7 PRINCIPIOS COOPERATIVOS

07

Compromiso con la comunidad

La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad, región o áreas de influencia por medio de políticas aceptadas por sus socios

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

TEMAS INSTITUCIONALES

PÚBLICO INTERNO

Contar con el mejor talento humano que se sientan motivados, comprometidos y recompensados para que su sitio de trabajo se convierta en el mejor lugar.

Las cooperativas son organizaciones que ofrecen posibilidades de desarrollo y crecimiento profesional. Deben generar relaciones sólidas, basadas en los principios universales de respeto mutuo, confianza e igualdad de oportunidades. Es relevante fortalecer las estructuras del sistema de talento humano, siendo que en la medida en la que cuenta con colaboradores fidelizados y satisfechos, es como puede promoverse el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

GESTIÓN INSTITUCIONAL

Las cooperativas son instituciones que generan valor real para sus socios y para otros actores en la comunidad (grupos de interés). Para lograrlo deben contar con una gestión transparente que visibilice esta práctica de contribución.

Una adecuada gestión financiera, satisfactorios niveles de productividad y una eficiente operación que genere rentabilidad, son determinantes para asegurar la sostenibilidad de una organización.

ISO 26000

Es una norma de responsabilidad social que trata de guiar a las organizaciones en su camino hacia la sostenibilidad abarcando los marcos ambiental, social y legal.

Esta norma se basa en los siguientes principios:

- ✓ Rendición de cuentas, por tanto los ciudadanos deben vigilar y evaluar si las organizaciones actúan de modo correcto y no abusan de su poder.
- ✓ Transparencia, deben ser claros en su modo de actuar.
- ✓ Tener un comportamiento ético.
- ✓ Respetar los intereses de todos los interesados.
- ✓ Respetar el principio de legalidad.
- ✓ Seguir la normativa internacional de comportamiento.
- ✓ Respetar los derechos humanos.

Esta norma es de carácter voluntario ya que el crear una serie de requisitos para poder obtener una certificación, iría contra el propio principio de responsabilidad social.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

¿CÓMO SE APLICA LA ISO 26000?

Cada organización debe aplicar los principios de responsabilidad social a cada materia fundamental que nombraremos a continuación:

Materias RS ISO 26000
Gobernanza
Derechos Humanos
Asuntos Laborales
Ambiente
Prácticas justas de operación
Asuntos de consumidores
Participación activa y desarrollo de la comunidad

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo. En 2015, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron 17 Objetivos como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la cual se establece un plan para alcanzar los Objetivos en 15 años.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

ESTRUCTURA DE LA METODOLOGÍA

Principios Cooperativos	ODS
P1: Membresía abierta y voluntaria	#1, #5, #8, #10
P2: Control democrático de los miembros	#1, #5, #8, #10
P3: Participación económica de los miembros	#1, #8, #10
P4: Autonomía e independencia	#1, #8, #10
P5: Educación, formación e información	#1, #4, #8
P6: Cooperación entre cooperativas	#1, #8, #17
P7: Compromiso con la comunidad	#1, #8, #17

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR

ISO 26000

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

DESARROLLO DEL BALANCE SOCIAL EN ECUADOR

BALANCE SOCIAL EN ECUADOR

"Con el propósito de establecer una línea de base para el balance social, aplicado al sistema económico popular y solidario ecuatoriano, entre el 20 de junio y el 11 de agosto de 2014 la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria recolectó, mediante un formulario en línea remitido a las cooperativas del país, información de variables cuantitativas y cualitativas; indicadores de profundidad, binarios y cualitativos, estructurada en torno a siete macrodimensiones:

- Prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
- Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural
- Autogestión y autonomía.
- Participación económica solidaria, y distribución equitativa de utilidades o excedentes.
- Educación, capacitación y comunicación.
- Cooperación e integración del Sector Económico Popular y Solidario.
- Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental.

Esta encuesta, emitida con carácter voluntario, fue dirigida a 3.367 cooperativas financieras y no financieras. Se recibieron 1.391 respuestas con información correspondiente a 2012 y 2013; 61% de las encuestas recibidas corresponde a cooperativas no financieras y el 39% restante a cooperativas financieras"

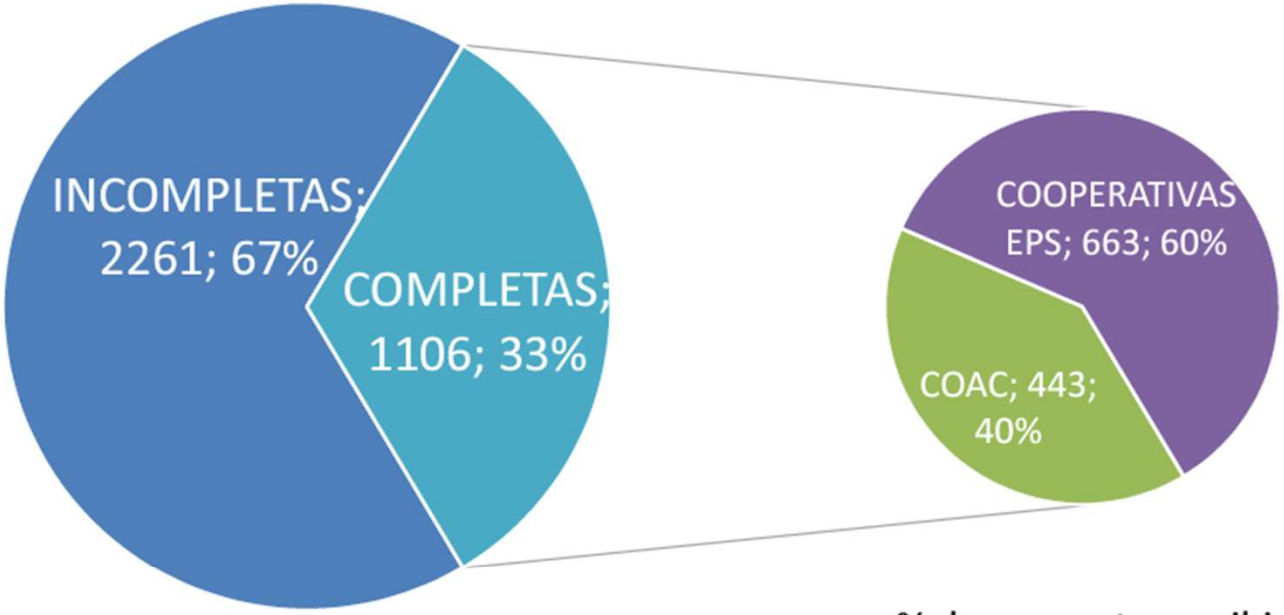
SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

BALANCE SOCIAL EN ECUADOR

Total: 3367 Cooperativas



El 80,20% (887 Coop) Nunca hizo BS
El 19,80% (219 Coop) Hizo o hace BS
El 13,20% (29 Coop) Hace pero no publica los resultados

% de encuestas recibidas según total de su sector:
COAC: 46,88%
EPS: 27,27%

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

BALANCE SOCIAL EN ECUADOR

La transferencia de conocimientos sobre el balance social y su puesta en práctica, en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador, muestran los resultados:

- Desconocimiento de la temática del balance social en los diferentes niveles de las cooperativas
- Falta de convencimiento de su utilidad e importancia – Resistencia al cambio
- Falta de sistematización y desagregación de la información social
- Falta de un área específica o responsable de la gestión social
- Desconocimiento de parte de los asociados, dirigentes y trabajadores; de los derechos y deberes respecto a la cooperativa
- Falta de Capacitación de los asociados-Falta de pertenencia –Involucramiento
- Falta de actualización de la información

HERRAMIENTAS / METODOLOGÍA PARA EVALUAR EL BALANCE SOCIAL

CONTEXTO GENERAL DE HERRAMIENTAS

- ✓ Estrategia y análisis: declaración realizada por el responsable principal de la toma de decisiones, sobre la importancia de la sostenibilidad, en la cual ayudar a comprender las cuestiones de carácter estratégico, es decir socializa la visión, la estrategia a corto, mediano y largo plazo.

- ✓ Perfil de la organización: Se describe la imagen general de las características de la organización, aspectos como nombre, productos, servicios y marcas más importantes, tamaño, número de empleados, entre otros.

- ✓ Identificación de aspectos materiales y cobertura de la memoria: Este apartado la organización define, cuáles son sus aspectos materiales y cobertura, de acuerdo a esto se determina la información e indicadores a incluir en la memoria.

- ✓ Participación de los grupos de interés: Se analiza su pertinencia, identificación y relacionamiento con la organización.

CONTEXTO GENERAL DE HERRAMIENTAS

- ✓ Perfil de la memoria: Se presenta una visión de conjunto de la información básica de la memoria, la verificación externa, aspectos como periodicidad, fecha de último reporte entre otros.

- ✓ Gobierno: compuesto por indicadores que dan cuenta de nombramientos, se tienen en cuenta aspectos como; composición, funciones, estructura de gobierno, papel del órgano superior, entre otras, de igual manera se define ampliamente la cobertura en temas como alta dirección, órgano superior de gobierno y sistema de administración dual y

- ✓ Ética e integridad: En esta parte se socializan los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, sus mecanismos interno y externos de asesoramiento en aras de una conducta ética y licita, entre otros.

CONTEXTO GENERAL DE HERRAMIENTAS

2 dimensiones

Público interno - TH

Gestión institucional

 # de Indicadores

Reportes

SUPERI
DE ECONOM

EIN GEWINN FÜR ALLE
Die Genossenschaften

DGRV
DIE GENOSSENSCHAFTEN

INDICADORES

Es la manera en la cual se va a evaluar el principio o criterio

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

BS REQUIERE INDICADORES

Datos de créditos (por género)	Datos de captaciones (por género)	Datos de Patrimonio
Datos de Socios (ingresos, salidas)	Datos de Servicios Financieros, Fondeos	Datos Generales de Consejos
Iniciativas de Educación Financiera a Socios y Comunidad	Medios y formas de comunicación con los Socios	Alianzas de la Cooperativa
Capacitación interna	Iniciativas de reciclaje	Datos de colaboradores

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

Principio	Dimensión	Tipo de Cooperativa						
		Gral.	Agro.	Cons.	Cred.	Trab.	D	V
1 (22)	Apertura cooperativa (12)	6	1	1	2	2	4	8
	Salida voluntaria (4)	4	0	0	0	0	2	2
	No discriminación (6)	2	0	0	0	5	2	4
2 (17)	Participación en asambleas (7)	7	0	0	0	0	0	7
	Accesibilidad a cargos sociales (5)	5	0	0	0	0	0	5
	Equilibrio de poder entre asociados (3)	0	1	1	1	0	0	3
	Participación en uso de servicios cooperativos (2)	1	1	0	0	0	0	2
3 (16)	Capital como propiedad común (4)	4	0	0	0	0	4	0
	Compensación limitada al capital (2)	2	0	0	0	0	0	2
	Asignación de excedentes (4)	4	0	0	0	0	4	0
	Distribución V.A.C. (3)	3	0	0	0	0	3	0
	Esfuerzo económico exigido a asoc. (3)	3	0	0	0	0	2	1
4 (9)	Independencia financiera (4)	4	0	0	0	0	2	2
	Autonomía partícipes no asociados (3)	0	1	1	0	1	0	3
	Hipotética cesión derechos políticos (2)	2	0	0	0	0	0	2
5 (28)	Destinatarios Fondo de Educación (10)	10	0	0	0	0	9	1
	Tipo de educación (6)	6	0	0	0	0	6	0
	Incidencia promovidas directamente (8)	8	0	0	0	0	8	0
	No discriminación (4)	4	0	0	0	0	1	3
6 (19)	Cooperación empresarial cooperativa (7)	7	0	0	0	0	7	0
	Interrelación de capital (5)	5	0	0	0	0	5	0
	Cooperación educativa cooperativa (5)	5	0	0	0	0	5	0
	Cooperación aspecto representativo (2)	2	0	0	0	0	2	0
7 (16)	Preocupación medioambiental (11)	10	1	0	0	0	0	11
	Influencia comunidad cercana (9)	9	0	0	0	0	0	9
	Responsabilidad con los trabajadores (7)	7	0	0	0	0	0	6

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

INDICADORES

Principios Cooperativos	Dimensiones	Indicadores
1. Asociación voluntaria y abierta.	1. Apertura cooperativa.	1. Ingreso y egreso de asociados. 2. Causas de egreso de asociados. 3. Asociados ingresantes por servicios que brinda la cooperativa. 4. Egresos de asociados por servicios.
2. Control democrático por los asociados.	2. Participación y gestión democrática. 3. Información.	5. Asistencia a asambleas. 6. Hombres y mujeres en cargos institucionales. 7. Hombres y mujeres en cargos jerárquicos. 8. Inversión en información.
3. Participación económica de los asociados.	4. Remuneración a los asociados por sus aportes financieros. 5. Política social interna de la cooperativa.	9. Remuneración a certificados de aportación y préstamos. 10. Servicios sociales para asociados y trabajadores 11. Política retributiva interna 12. Seguridad e higiene del trabajo.
4. Autonomía e independencia.	6. Acuerdos con otras organizaciones.	13. Participación en otras organizaciones. 14. Participación de otras organizaciones en la cooperativa. 15. Convenios interinstituciona- les celebrados.
5. Educación, capacitación e información.	7. Política educativa de la cooperativa. 8. Participación en actividades educativas.	16. Inversión en educación, capacitación e información. 17. Asistencia media de los trabajadores a todo tipo de actividades educativas. 18. Asistencia general a las actividades organizadas por la cooperativa.
6.Cooperación entre cooperativas.	9. Intercooperación. 10. Integración cooperativa.	19. Operaciones comerciales y financieras entre cooperativas. 20. Representación institucional en cooperativas de grado superior. 21. Participación en asambleas de cooperativas de grado superior.
7. Preocupación por la comunidad.	11. Política social externa de la cooperativa. 12. Generación de empleo genuino en la comunidad	22. Contribuciones para el desarrollo comunitario. 23. Participación Comunitaria. 24. Empleos generados en el ejercicio. 25. Apertura de la cooperativa a las universidades.

SUPERINTENDENCIA
DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

DGRV
DIE GENOSSENSCHAFTEN

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización internacional no gubernamental, que tiene como objetivo impulsar los Reportes de Sostenibilidad como herramienta para la planificación, medición, evaluación y comunicación de los avances e impactos en aspectos sociales, económicos y ambientales de una organización.

El GRI produce la estructura de reportes de sostenibilidad más utilizada en el mundo debido a su desarrollo en estándares confiables.

SUPERINTENDENCIA
DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE
Die Genossenschaften

DGRV
DIE GENOSSENSCHAFTEN

ÍNDICE DE ESTÁNDARES TEMÁTICOS GRI (SERIES GRI 200/300/400)

- Estándares económicos
- Estándares ambientales
- Estándares sociales

ÍNDICE DE ESTÁNDARES TEMÁTICOS GRI (SERIES GRI 200/300/400)

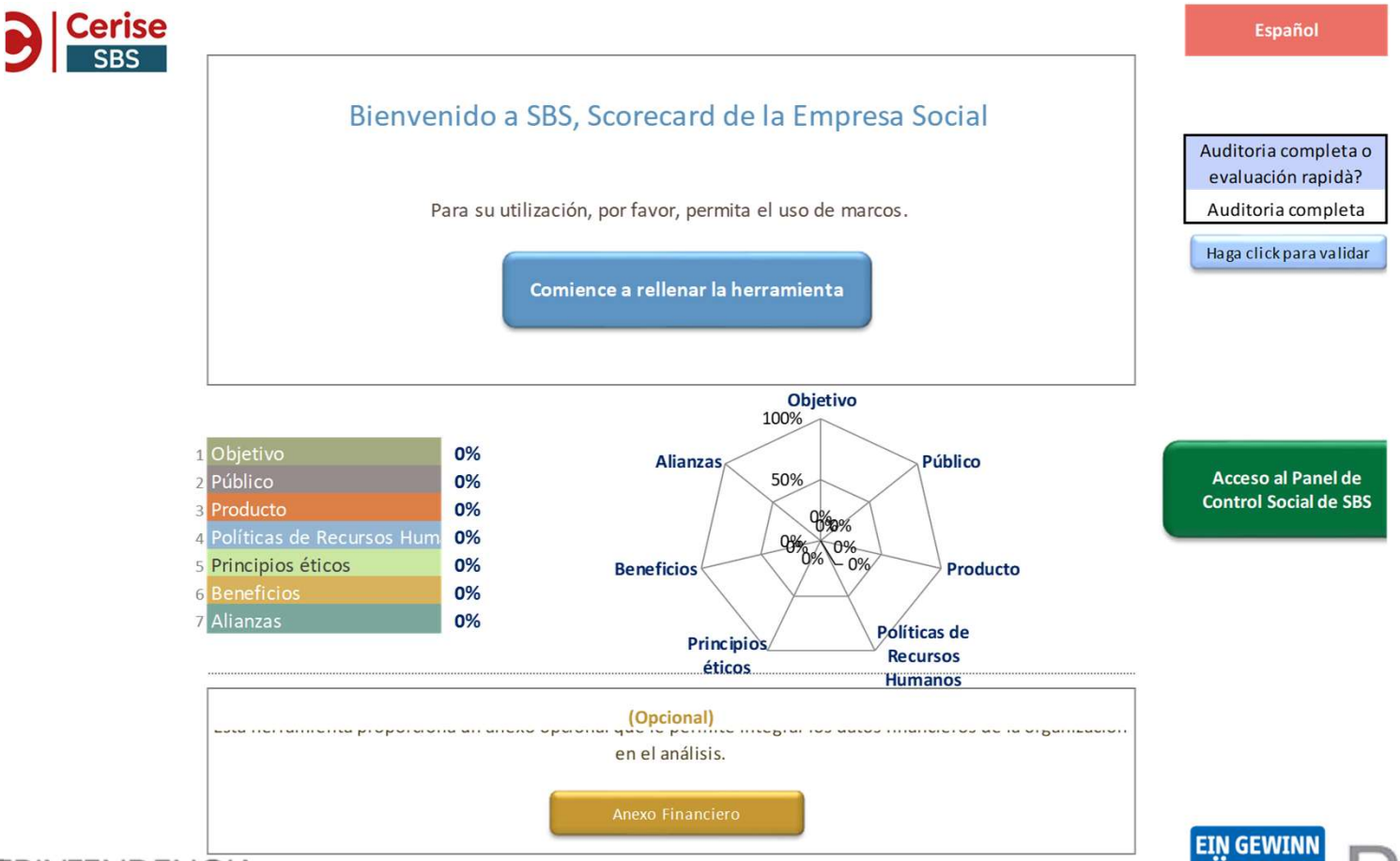
Dimensión	Estándar	Contenido
Estándares económicos	GRI 201: Desempeño económico	Contenido 201-1 Valor económico directo generado y distribuido
		Contenido 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático
		Contenido 201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación
		Contenido 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno
	GRI 202: Presencia en el mercado	Contenido 202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local
		Contenido 202-2 Proporción de altos ejecutivos contratadosde la comunidad local
	GRI 203: Impactos económicos indirectos	Contenido 203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados
		Contenido 203-2 Impactos económicos indirectos significativos
	GRI 204: Prácticas de adquisición	Contenido 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales
	GRI 205: Anticorrupción	Contenido 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción
		Contenido 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción
		Contenido 205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas
	GRI 206: Competencia desleal	Contenido 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia
	GRI 207: Fiscalidad	Contenido 207-1 Enfoque fiscal
		Contenido 207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos
		Contenido 207-3 Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes enmateria fiscal
		Contenido 207-4 Presentación de informes país por país

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

CERISE - SPI



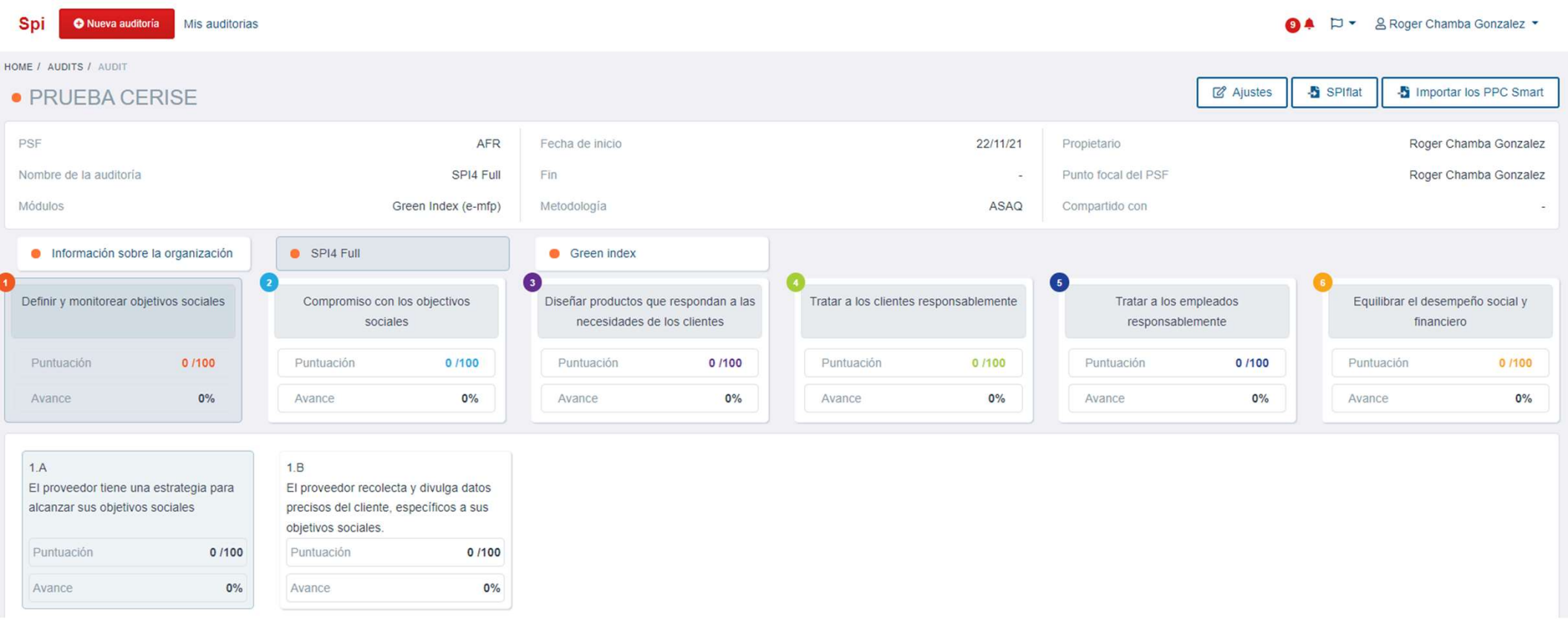
SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

CERISE - The Microfinance Exchange Network
14 Passage Dubail - 75010 Paris - France - 0033 (0)1 40 36 92 92 - cerise@cerise-microfinance.org - www.cerise-microfinance.org

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

CERISE - SPI



SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

CERISE - SPI

Dimensión	1	El objetivo: una visión clara y compartida de la organización
Criterio	**1a**	**La organización tiene como objetivo (misión social) proveer una solución a un problema social y/o medioambiental.**
Práctica	1a1	La estrategia de la organización incluye una declaración formal de su misión social e identifica el problema social y/o medioambiental que quiere abordar así como la población excluida/marginalizada que quiere atender y los medios para lograrlo.
		La declaración de la misión de la organización especifica: Los clientes objetivo, los cuales incluyen a los grupos vulnerables o excluidos Los cambios sociales esperados (especifique) Cómo la organización atenderá a las necesidades de los clientes objetivos a través de productos, servicios y otros mecanismos El objetivo social se formaliza en documentos oficiales: Estatus Carta Acuerdo de accionistas Otros (especificar en la columna de respuestas/comentarios)
Práctica	1a2	La estrategia de la organización identifica cómo los productos, servicios, modelos y canales de distribución permiten alcanzar sus objetivos sociales/medio ambientales.
		Especifique cómo los procesos utilizados o las soluciones propuestas buscan alcanzar los objetivos sociales y/o medioambientales.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

CERISE - SPI

Dimensión	2	El Público: la población objetivo que es vulnerable, pobre o excluida
Criterio	**2a**	**La organización centra sus actividades en una población vulnerable, pobre y / o excluida.**
Práctica	2a1	Los beneficiarios se caracterizan por criterios de vulnerabilidad, exclusión o pobreza.
		[Mercado aguas abajo] La organización tiene como objetivo proporcionar productos o servicios para satisfacer las necesidades de una población pobre o excluida.
		[Mercado aguas arriba] La organización se centra en los proveedores o empleados, asegurando la integración en la cadena de valor a productores o empleados marginados.
		Especificar las características de los beneficiarios.
Práctica	2a2	El proveedor monitorea la situación de pobreza de sus clientes nuevos, la cual puede incluir formas no monetarias de pobreza, como la falta de empoderamiento y la inseguridad alimentaria.
		El proveedor recopila datos de forma sistemática para medir el nivel de pobreza de los clientes nuevos.
		El proveedor utiliza una herramienta de evaluación de la pobreza (vea la lista de herramientas existentes a continuación):
		Índice de Superación de la Pobreza (PPI)
		Encuesta para calcular el ingreso o gasto per cápita
		Herramienta de medición de la pobreza definida internamente (por favor especifique)
		El proveedor recopila datos sobre todos sus clientes, o utiliza una muestra representativa.
Práctica	2a3	La organización realmente usa los datos recolectados.
		Especifique el % del total de los beneficiarios que son considerados como población "excluida".

BALANCE SOCIAL COOPERATIVO

BSC
Balance Social
Cooperativo

SUPERINTENDENCIA
DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE
Die Genossenschaften

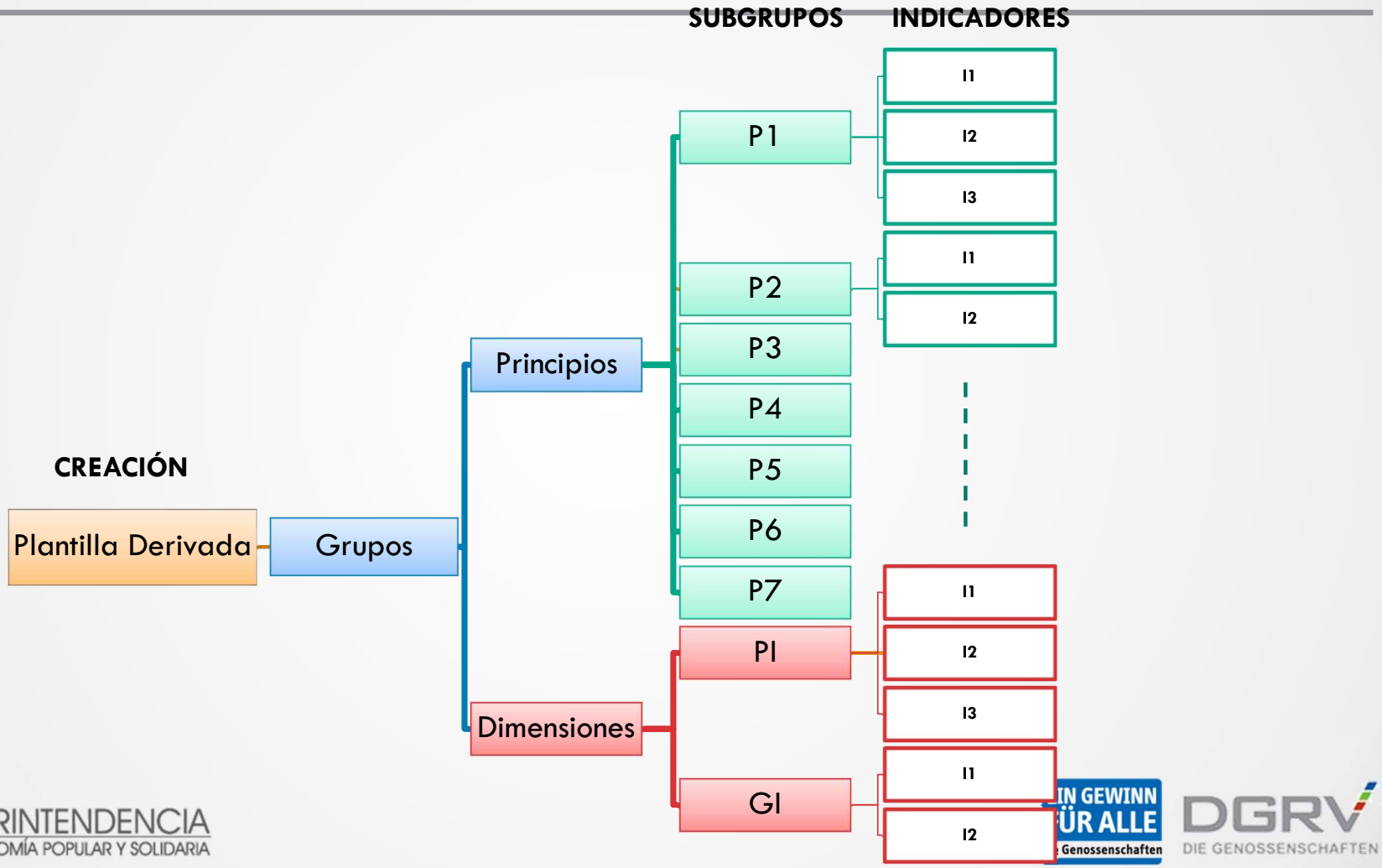
DGRV
DIE GENOSSENSCHAFTEN

CARACTERÍSTICAS GENERALES

DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Die Genossenschaften DIE GENOSSENSCHAFTEN

DISTRIBUCIÓN DE INDICADORES POR GRUPOS & SUBGRUPOS



SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

PROCEDIMIENTOS PARA CONSTRUIR UN INFORME DE BALANCE SOCIAL COOPERATIVO

CONSIDERACIONES GENERALES

Un balance social debe contener información relativa a impactos económicos, sociales y ambientales. La forma de expresar esos impactos es a través de indicadores.

El Balance Social debe estar compuesto de los indicadores económicos, sociales y ambientales que defina la metodología seleccionada por la Cooperativa.

La comunicación interna y externa de los balances es fundamental.

- En cuanto a la comunicación interna, las prácticas de Responsabilidad Social deben ser conocidas por todos los integrantes de la organización, en todas las sucursales que pueda tener, porque ellos son parte de los grupos de interés internos de la misma.

- Respecto de la comunicación externa, es absolutamente necesaria porque son quienes están interesados en conocer cómo la organización responde a las expectativas de su entorno, es por ello que la comunicación debe ser clara, concreta y accesible por todos.

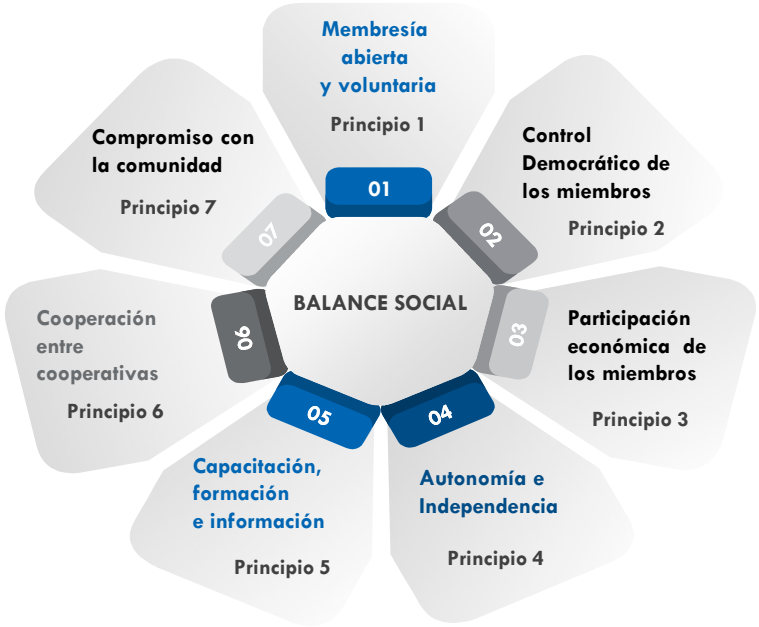
CONSIDERACIONES GENERALES

El Balance Social es una herramienta de Auditoría Social en cuanto permite, mediante la aplicación de una metodología específica, medir cuantitativa y cualitativamente la gestión social de una Cooperativa dentro del marco de su Responsabilidad Social respectivo.

El seguimiento a realizarse debe permitir: evaluar, medir y controlar, con fines de mejoramiento progresivo, la gestión de lo social, entendiendo ésta como la aplicación de políticas y prácticas relacionadas con las personas tanto al interior como al exterior de ésta.

GENERAR CULTURA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Principios cooperativos



Estructura organizacional

Indicadores de BS

Dimensiones

- Público Interno
- Gestión Institucional

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

PROCESO PARA CONSTRUCCIÓN DE INFORME

Para realizar el Balance Social es necesario definir y estructurar metodológicamente la forma que se va a utilizar. Los pasos que proponemos son los siguientes:

- Respaldo de la Administración para la ejecución del Balance
- Conocimientos sobre el concepto y contenido del Balance Social
- Capacitar a las personas responsables de confeccionar el balance social
- Revisión de resultados con Administración
- Exposición de informe a Asamblea General de Socios / Representantes

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

PROCESO PARA CONSTRUCCIÓN DE INFORME

Artículo 40.- CONTABILIDAD Y BALANCES: La Cooperativa aplicará las normas contables establecidas en el Catálogo Único de Cuentas emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Los estados financieros y balance social anuales serán aprobados por la Asamblea General y remitidos a la Superintendencia hasta el 31 de marzo de cada año.

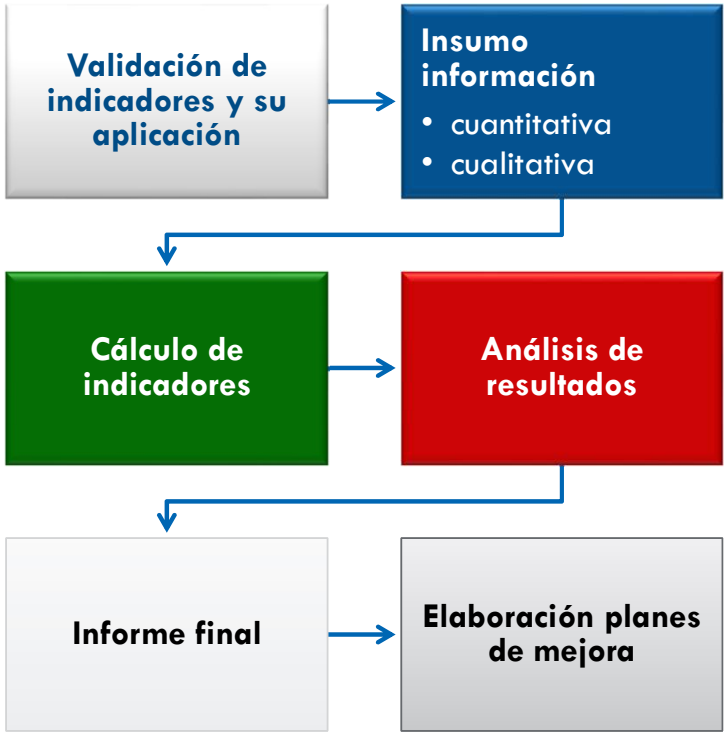
En los registros contables de la cooperativa se diferenciarán, de manera clara, los resultados financieros provenientes de las actividades propias del objeto social y los que sean producto de actividades complementarias, así como las utilidades y los excedentes.

PROCESO PARA CONSTRUCCIÓN DE INFORME

SOCIALIZACIÓN

ANALISIS DE DATOS

INTERPRETACIÓN



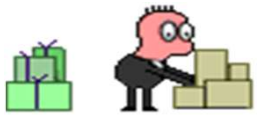
RECOPILACIÓN

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

SISTEMA o HERRAMIENTA de MEDICIÓN

RESPONSABLE BS ← Información ← **EVALUACIÓN** ← Información ← **PROCESAMIENTO**



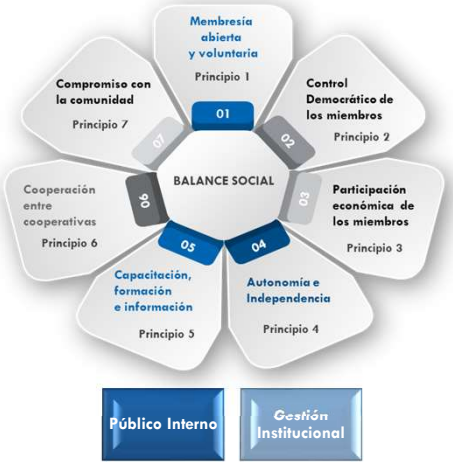
Decisión → **INTERVENCIÓN** → **Acción**

RECOLECCIÓN ← **Diferentes áreas**

Datos → **PROCESAMIENTO**

PRINCIPIOS COOPERATIVOS Y DIMENSIONES

COAC → **Aplican Metodología** →



→ **Cumplimiento de la metodología** → **Requerimientos Organismo Control**

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EIN GEWINN FÜR ALLE Die Genossenschaften

DGRV DIE GENOSSENSCHAFTEN

BENEFICIOS DE UN BALANCE SOCIAL COOPERATIVO

BENEFICIOS QUE APORTA UN BS INSTITUCIONAL

- Se generan a partir de la posibilidad de comunicar los resultados integrales de una gestión, fundamentalmente los relacionados con el valor agregado aportado a la comunidad; los beneficios sobre la gestión, directos e indirectos.

- Detección de debilidades y áreas críticas de trabajo, con fuerte apoyo a la toma de decisiones.

- La contribución a cambios culturales, se ponen en marcha a partir de la participación, motivación y el compromiso de todos los actores intervinientes.

CONSIDERACIONES FINALES

- La supervivencia de cualquier Cooperativa depende de la interacción exitosa con los elementos ambientales que la rodean. Es así como estas deben contar con un nuevo instrumento, complementario al de valoración de sus objetivos económicos (representado en el Balance Económico anual), que resulta de la medición de modo sistemático de la aportación hacia objetivos asociados con la comunidad, representado por el Balance Social, con el cual se medirá la repercusión social del accionar Cooperativo.

- La instrumentación del Balance Social en las organizaciones en general, se constituye como una excelente herramienta en la búsqueda del difícil equilibrio entre una gestión económicamente viable y socialmente responsable

- Es importante tener en cuenta las diferentes características de las organizaciones en cuanto a: razón social, sector al que pertenecen, entorno donde se desempeñan, entre otras, para diseñar un modelo de indicadores específicos dirigido a interpretar a cabalidad la realidad organizacional a evaluar

- El Balance Social es capaz de rendir cuentas de un espectro más amplio de temas ya que engloba aspectos tan diversos como derechos humanos, derechos laborales, cumplimiento de códigos éticos, relaciones humanas dentro de la organización, entre otras.

Muchas Gracias – Vielen Dank

Roger Chamba González

0994722443

rchamba@gmail.com