CAPÍTULO I

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS COOPERATIVAS EN SU COMUNIDAD

Dorkys Coromoto Rojas Nieves

Doctora en Ciencias Gerenciales. Universidad Dr. “Rafael Belloso Chacín”. Docente de la UNERMB. Investigadora de las líneas de investigación “Redes Socialistas y Poder Popular” y “Productividad en las organizaciones”. Coordinadora de ALININ en el Estado Zulia. Correo electrónico: dorkys67@gmail.com.

Yamarú del Valle Chirinos Araque

Doctora en Gestión de la Innovación. Universidad Dr. “Rafael Belloso Chacín”. Investigadora Asociada Categorizada por COLCIENCIA. Investigadora del Grupo GORAS y ECOSOL. Universidad Católica Luis Amigó. Medellín-Colombia. Correo electrónico: yamaru.chirinosar@amigo.edu.co, urumay78@gmail.com. ORCID ID. 0000-0003-0471-9859.

Yasmira del Carmen Alaña:

Doctora en Ciencias Gerenciales. Universidad Dr. “Rafael Belloso Chacín”. Docente de la UNERMB. Investigadora de la línea de investigación Economía Social. UNERMB y del Programa de Estímulo a la Investigación e Innovación (PEII) como Investigadora Nivel B. Correo electrónico: yasmi-2222@gmail.com.

María Victoria Agudelo Vargas

Doctora en ciencias Contables Universidad de los Andes. Decana de la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia, investigadora del grupo: GORAS. Correo electrónico: dec.admon@amigo.edu.co.

Resumen

El estudio tuvo como propósito analizar si las cooperativas están cumpliendo con su responsabilidad social. Hoy en día los mercados están cambiando dándole más relevancia a la responsabilidad social a la hora de hacer negocios y alcanzar la fidelidad de los consumidores; las cooperativas tienen en este caso una ventaja competitiva, ya que desde su creación ellas tienen ese carácter socialmente responsable, por esto la sustentación teórica quedó a cargo de lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), Ley Especial de Asociaciones Cooperativas. (2001), Vargas & Vaca (2005), Graterol, Rojas, Chirinos & Alaña (2018), abordando lo

relacionado con la responsabilidad social y el cooperativismo. Metodológicamente la investigación fue descriptiva, con un diseño de campo, no experimental, transeccional; la población estuvo conformada por 1800 cooperativas del municipio Baralt, quedando la muestra conformada, después de aplicar la fórmula de Sierra (2001) en 327. Se diseñó un instrumento estructurado, con 48 ítems, con reactivos de respuestas cerradas, estilo Liker, con cinco (5) alternativas de respuestas, al ser esta una investigación en proceso se presentan los resultados de aplicar el instrumento a un primer lote de 14 cooperativas, ubicadas en el casco central de la Parroquia Libertador del municipio Baralt, permitiendo concluir que estas 14 están operando aplicando los principios y valores cooperativistas, que ese carácter socialmente responsable ha producido un efecto positivo mejorando sus beneficios económicos, que a su vez permiten cumplir su compromiso con los socios y su comunidad, rompiendo con los mitos de que una cooperativa no es económicamente exitosa.

Palabras clave: cooperativas, cooperativismo, responsabilidad social, socialmente responsable.

SOCIAL RESPONSIBILITY OF COOPERATIVES IN THEIR COMMUNITY

Abstract

The purpose of the study was to analyze if cooperatives are fulfilling their social responsibility. Nowadays the markets are changing giving more importance to the social responsibility at the time of doing business and reach the loyalty of the consumers, and the cooperatives have in this case a competitive advantage, since from its creation they have that socially responsible character, for this reason the theoretical support was in charge of what is established in the Constitution of the Bolivarian Republic of Venezuela (1999), Special Law of Cooperative Associations. (2001), Vargas & Vaca (2005), Graterol, Rojas, Chirinos & Alaña (2018), addressing issues related to social responsibility and cooperativism. Methodologically, the research was descriptive, with a field design, not experimental, transeccional; the population consisted of 1800 cooperatives of the Baralt municipality, the sample being formed, after applying the formula of Sierra (2001) in 327. A structured instrument was designed, with 48 items, with reactive responses closed, Liker style, with five (5) alternative answers, as this is a research in process, the results of applying the instrument to a first batch of 14 cooperatives, located in the central area of the Libertador Parish of the Baralt municipality, are presented, allowing to conclude that these 14 are operating applying cooperative principles and values, that socially responsible nature has produced a positive effect by improving their economic benefits, which in turn allow them to fulfill their commitment with partners and their community, breaking with the myths that a cooperative is not economically successful.

Keywords: cooperatives, cooperativism, social responsibility, socially responsible.

Capítulo resultado de un proyecto de investigación culminado.

Introducción

En Venezuela el cooperativismo llegó a partir de 1930, pero es a fines de los años 50 cuando comienzan en realidad a tener verdadera presencia y es en el inicio del siglo XXI que el movimiento cooperativista presenta un gran incremento en todo el territorio nacional, impulsado por el gobierno que destina recursos, apoyo legal y técnico, para quienes tienen la disposición de convertirse en cooperativista pero carezca de recursos.

Es importante señalar que la asociación cooperativa está sustentada en los artículos 70, 118, 184 y 308 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en donde se la define como medios de participación y protagonismos del pueblo en ejercicio de su soberanía en materia social y económica. Promoviéndolas como mecanismos para fomentar la descentralización de comunidades (comunales) y grupos vecinales (consejos comunales). Pero es en la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas (2001), en su artículo No. 2 cuando las define y plantea que son “asociaciones abiertas y flexibles de hecho y derecho cooperativo, de la economía social y participativa, autónomas de personas que se unen mediante un proceso y acuerdo voluntario, para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunales, para generar bienestar integral, colectivo y personal por medio de procesos y empresas de propiedad colectiva, gestionadas y controladas democráticamente”.

Esta definición permite afirmar que son diferentes a las empresas tradicionales, ya que el poder de decisión no lo determina el capital invertido, sino que todos los socios tienen el mismo derecho a partir de la regla un socio un voto. Sin embargo, participa en el mercado como cualquier otra empresa, solo que, bajo un mecanismo organizativo basado en la responsabilidad social, la equidad y la solidaridad de sus integrantes.

Por lo tanto, el carácter empresarial de las cooperativas está dirigido a satisfacer las necesidades económicas de las personas que las integran, son un instrumento de realización del derecho de participación del ciudadano en la vida económica, social, cultural del país, contribuyendo al desarrollo social y económico de las comunidades. De

ahí que las empresas cooperativas deben desarrollarse de manera integral, progresista, económica y socialmente responsable, donde el rol que asumen sus integrantes es de absoluta responsabilidad y compromiso con su comunidad.

En tal sentido es importante señalar que las universidades juegan un papel fundamental en el desarrollo social y económico de las cooperativas ya que tienen como responsabilidad social el formar individuos y crear en ello la cultura responsable con su entorno, que sean capaces de impulsar a las sociedades para salir de la pobreza, esto se puede lograr aplicando estrategias formativas; mediante la preparación de un profesional capacitado y con los conocimientos académicamente adecuados que permitan el desarrollo sostenible de las comunidades, pero esta educación debe ir más allá garantizando profesionales, que busquen la justicia social, que sean solidarios, que se comprometan con su entorno, que sean éticos, lo que garantiza que este profesional sea persistente, seguro, con escaso temor al riesgo, creativo, innovador y abierto al desarrollo de ideas novedosas y cuando salga al campo laboral se convierta en un emprendedor capaz de desarrollar empresas generadoras de empleos y bienestar social con principios del cooperativismo que conduzca al incremento de la economía social y solidaria (Pérez, Chirinos, Lugo & Henao, 2018).

Por otra parte, se destaca como estrategia fundamental para el desarrollo cooperativo la relevancia que tiene el uso de las tecnologías de información y comunicación, de las tecnologías para el aprendizaje y el conocimiento (TAC) y las tecnologías para el empoderamiento y la participación (TEP), esto se justifica debido a la tendencia global del uso de las herramientas digitales y el internet, para promover los servicios que se ofrecen desde las cooperativas en la dimensión social, es importante mencionar que la incorporación del uso de las tecnologías como habilidad formativa en el ámbito educativo es un pilar fundamental que conduce al éxito gerencial desde la apropiación social del conocimiento esto se ve reflejado en las habilidades que se generan en los individuos, desde la selección de actividades, el modo de participación en la tecnología, el dominio y el sentido del uso de las tecnologías digitales y las formas de integración de estas en la práctica en el entorno social y progreso de las iniciativas de negocios (Briceño, Rojas, Chirinos & Alaña, 2018)

Hoy en día los gerentes de las empresas tradicionales se han convencido que el éxito económico no depende únicamente de una estrategia que aumente los beneficios, sino también de una que además fomente una actitud dirigida a la responsabilidad social, con la cual contribuir al bienestar de la comunidad. Algo que es la razón de ser de las empresas de economía social, en este caso, representadas por las cooperativas donde cualquier estrategia que se desarrolle tiene como objetivo el beneficio económico pero no por encima del bien común, cumpliendo así con la responsabilidad social adquirida con su comunidad, así como lo manifiesta Barreto, 2007, citado por Pelekai & Aguirre (2008), esta se ejerce a través de una práctica de vida basada en valores y principios que posibilitan el desarrollo de las personas y de la sociedad en un ambiente de respeto, estabilidad y progreso económico, tal como lo ve Ramos, 2004, citado por Pelekai & Aguirre (2008), un arreglo voluntario al cual las organizaciones deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor, a través de planes y proyectos que cubran alguna de las necesidades de las comunidades donde se desenvuelven.

Esa voluntariedad de las prácticas socialmente responsables también están presentes en el Libro Verde de la Comisión Europea (2001), al definir la responsabilidad social como un compromiso voluntario de realizar acciones, así desde la postura de Delgado (2013), de manera libre, que vayan más allá de lo que está reglamentado y de lo que es obligatorio, para que se proyecten acciones de alto impacto social, económico y medio ambiental en beneficio del bien común.

Desde esta perspectiva, las cooperativas llevan intrínseco el componente de la responsabilidad social cuando plantean dos elementos fundamentales en su concepto el “bien común” y la relevancia que le dan al “bienestar de la comunidad”, a diferencia de las empresas con fines de lucro para quienes el fin último es lograr la máxima ganancia sin importar el modo en que se alcance, para ellos la responsabilidad social, en algunos casos, es considerada un costo innecesario, mientras que en las cooperativas las prácticas socialmente responsables es el resultado final de sus acciones, ya que llevan implícito en su creación mecanismos organizativos basados en la equidad, solidaridad y responsabilidad social, que según Rojas, Alafia & Garcés (2017), la práctica cotidiana permitirá el desarrollo de acciones con patrones morales positivos.

Sin embargo, observaciones que han realizado las investigadoras muestran que un grupo significativo de estas organizaciones están siendo manejadas más como empresas con fines de lucro, que como organizaciones cooperativas que buscan no solo, el beneficio económico sino también la mejora de las condiciones en las comunidades donde se encuentran asentadas. Por tal motivo, surge la inquietud y la necesidad de abordar una investigación donde se pueda analizar hasta qué punto están comprometidas las cooperativas en cumplir con su razón de ser, es decir ver realizada su responsabilidad social en la comunidad que la rodea.

Desde esta perspectiva, se plantea la siguiente investigación, para analizar si las cooperativas están cumpliendo con su responsabilidad social; es así como para este análisis se plantea el objetivo general de: analizar la responsabilidad social de las cooperativas del municipio Baralt, estado Zulia como parte del desarrollo de sus actividades. Por lo tanto, se hace necesario abordar aspectos como principios y valores que manejan estas cooperativas y el cómo se aplican en estas organizaciones los principios y valores cooperativos.

Esta investigación se justifica, en el entendido que, desde el año 2000 se asumió como política de Estado la economía social y el desarrollo endógeno, donde las cooperativas son protagonistas indiscutibles, para ese momento la Superintendencia Nacional de Cooperativas (SUNACOOOP) registró mil cooperativas en el año 2000 y en el año 2006 más de 90 mil. Según este organismo en el estado Zulia se encuentran registradas 16.000 cooperativas, mientras que en el municipio Baralt existen registradas unas 1800, por lo tanto, hay que observar cual es el comportamiento de este número significativo de cooperativas, quienes tienen el compromiso de contribuir a través de la responsabilidad social, con el desarrollo de la sociedad a la cual sirven, como parte fundamental de su diario accionar.

Fundamentación teórica

La responsabilidad social

El término está compuesto de dos palabras significativas: responsabilidad y social; la primera alude a un compromiso que se tiene con alguien, con algo o con un cargo, la

segunda evoca a la comunidad o sociedad donde las personas se desenvuelven. Meza (2007), considera que la palabra “responsabilidad” hace alusión a una virtud, cualidad, a la disposición de asumir las consecuencias de la toma de decisiones hechas conciente y libremente, en cuanto a lo “social”, explica, que es todo aquello inherente a la relación y convivencia de las personas dentro de un mismo espacio y ámbito cultural, desde esta perspectiva la responsabilidad social se puede definir como el compromiso adquirido por individuos, miembros de una sociedad u organizaciones libre y voluntariamente para contribuir con el desarrollo sostenible de la comunidad.

Para Martínez, Antúnez & Rojas (2015), la responsabilidad social es un conjunto de políticas, programas y estrategias coherentes e integradas que orientan los procesos y se basan en los principios de solidaridad, conciencia ecológica, sostenibilidad y trabajo responsable, que ofrecen claros beneficios a la sociedad, por su parte Chiavenato (2005), es más explícito, la define como “el grado de obligaciones que una organización asume por medio de acciones que protejan y mejoren el bienestar de la sociedad”; Graterol, Rojas, Chirinos & Alaña (2018), agregan que se ejerce a través de la práctica de vida basada en principios y valores que posibiliten el desarrollo de las personas y la sociedad en un ambiente de respeto, de progreso económico, cultural y espiritual.

Ahora bien, Vivas (2002), considera que la responsabilidad social al tener un carácter solidario y cooperativo, evidencia su afinidad estrecha con el accionar de las cooperativas, ya que todos sus miembros unen sus esfuerzos para obtener beneficios grupales que favorezca la productividad de estas organizaciones, así como lograr el progreso de la comunidad en la cual se encontraba asentada.

Beneficios de la responsabilidad social

Los beneficios de aplicar la responsabilidad social son difíciles de cuantificar, sin embargo esto no quiere decir, que no se puedan ver los resultados de su aplicación, para Meza (2007), estos son una mayor motivación, compromiso del personal que contribuye a aumentar los niveles de productividad y competitividad al interior de la organización, pero es bueno advertir que también, se presentan aumentos en la confianza y la credibilidad de la imagen de las instituciones, lo que se refleja en su reputación y prestigio ante la sociedad.

Por su parte Puterman (2005), considera que los beneficios son los siguientes:

- Beneficios económicos:
 - Mejora el rendimiento económico y financiero: un estudio realizado por la compañía IBM (Internacional Business Machines) demostró que las empresas que tenían prácticas de responsabilidad social obtenían tasas de retorno de su inversión más allá de sus expectativas.
 - Reducción de los costos de operación: por ejemplo si se decide mejorar el impacto medio ambiental, el reciclaje puede generar ingresos extras, con un programa de uso eficiente de la energía se pueden minimizar costos, entre otros.
 - Mejora la imagen corporativa y la reputación empresarial: estudios han demostrado que por el desempeño financiero y socialmente responsable de algunas organizaciones hace aumentar su lista de clientes, ya que hoy en día los consumidores están optando por productos de alto reconocimiento y reputación.
- Beneficios sociales:
 - Calidad de vida laboral: organizaciones líderes están elaborando políticas y prácticas innovadoras en el campo laboral. Las mismas deben reflejar y respetar las necesidades de todos los trabajadores de acuerdo a los objetivos planificados, pero haciendo énfasis en retener y atraer a los mejores talentos, ya que como lo manifiestan Rojas, Chirinos & Garcés (2017), un empleado, en este caso socio, arrogante, mentiroso, holgazán, conflictivo, ladrón, entre otros pone en riesgo el logro de los objetivos.
 - Compromiso con la comunidad: se refiere al amplio rango de acciones que ejecutan las instituciones para contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que operan, apoyando iniciativas o causas sociales.

- Beneficios ambientales: actualmente las organizaciones han reconocido su responsabilidad en el cuidado y mejoramiento del ambiente, no como respuesta a los requerimientos exigidos por las normas jurídicas e imposiciones gubernamentales, sino del convencimiento de que la sensibilidad hacia el medio ambiente supone beneficios directos que en general, optimizan su reconocimiento y competitividad en la sociedad.

En tal sentido, de lo antes planteado, se desprende que los beneficios de aplicar la responsabilidad social involucran elementos que permitirán que cualquier tipo de empresa u organización pueda labrarse un futuro de éxitos. Al tener las cooperativas, intrínsecamente incluida en su concepción la práctica socialmente responsable le da una ventaja competitiva sobre las empresas tradicionales, para quienes la práctica de la responsabilidad social solo es un costo o gasto, y es hoy en día que están rompiendo con ese paradigma.

Las asociaciones cooperativas

Para la SUNACOOOP las cooperativas son una sociedad de personas legalmente constituidas que se unen con la finalidad de resolver necesidades comunes, que se autogestionan, donde el proceso de la toma de decisiones y a propiedad de los bienes pertenecen a todos los asociados en forma equitativa.

La Ley especial de asociaciones cooperativas promulgada en 2005 en Venezuela presenta en su artículo No. 2 la definición de lo que es una cooperativa manifestando que son asociaciones abiertas y flexibles, de hecho y derecho cooperativas, de la economía social y participativa, autónomas, de personas que se unen mediante un proceso y acuerdo voluntario, para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, para generar bienestar integral, colectivo y personal, por medio de procesos y unidades de producción social, gestionadas y controladas democráticamente.

Valores del cooperativismo

Según los fundamentos de la SUNACOOOP el cooperativismo busca el bien común de un grupo de personas que se asocian y se organizan en una empresa para alcanzar un objetivo que se orienta por los siguientes valores

- Ayuda mutua: el grupo que asume una cooperativa mantiene una relación de apoyo.
- Responsabilidad: todos estarán pendiente de cumplir siempre con el trabajo que les corresponda, nunca se permite que el logro en equipo se pare por haber pospuesto una tarea.
- Democracia participativa: la máxima autoridad será la reunión de asamblea de todos sus integrantes, las decisiones se toman entre todos.
- Igualdad: todos los miembros tienen los mismos derechos y deberes, la asignación de los cargos tiene un fin operativo.
- Equidad: los cooperativistas se comportaran siempre de manera justa y equitativa, entendiendo que el reconocimiento del trabajo aportado por cada asociado es la base para que la cooperativa funcione.
- Solidaridad: el cooperativista jamás es indiferente a una injusticia o al atropello de la dignidad humana, apoya y coopera en la solución de los problemas de los asociados.
- También promueve los valores éticos de honestidad, transparencia, compromiso y responsabilidad social por la sociedad en general.

Principios y valores de las cooperativas

Los principios básicos de las cooperativas formulados por la Alianza Cooperativa Internacional, se encuentran contemplados en el artículo No.4 de la Ley especial de asociaciones cooperativas de Venezuela, estos son:

- Asociación abierta y voluntaria: las cooperativas funcionan conforme a este principio de libre acceso y adhesión voluntaria, con un número ilimitado de asociados, que no será menor a cinco (según artículo No.16 de esta Ley). Cualquier persona con capacidad legal, aun adolescentes menores de edad con autorización de sus representantes (según artículo No.18, numeral 4, de esta Ley). Tiene libre paso para asociarse, siempre y cuando se ajuste a los términos del estatuto y en lo pautado en las leyes que lo regulan. Nadie puede ser obligado a asociarse.
- Gestión democrática de las personas asociadas: todos los asociados poseen iguales derechos y deberes, sin privilegios.
- Participación económica igualitaria de los asociados: los asociados contribuyen equitativamente al capital de sus cooperativas y lo gestionan de forma democrática. Realizan sus actividades económicas mediante el esfuerzo propio y la ayuda mutua, en provecho de ellos mismos y la comunidad.
- Autonomía e independencia: no tienen ninguna dependencia de entes públicos o privados en la toma de decisiones.
- Educación, formación e información: la cooperativa debe brindar a sus asociados permanentemente formación, capacitación y adiestramiento, de tal forma que contribuyan al desarrollo de la misma.
- Cooperación entre cooperativas: es fundamental el ejercicio de la integración para que en forma conjunta se resuelvan necesidades y aspiraciones comunes

y a su vez se consoliden fuerzas sociales capaces de facilitar procesos de transformaciones económicas, sociales y políticas.

- Compromiso con la comunidad: las cooperativas se deben articular con la comunidad construyendo un tejido social capaz de resolver sus necesidades y mejorar sus condiciones de vida.

La responsabilidad social y las cooperativas

Las cooperativas conciben la responsabilidad social como un elemento intrínseco de su desarrollo, formando parte de las características que le dan identidad, esto es apoyado por Castro (2006), cuando considera que, las asociaciones cooperativas por naturaleza han desarrollado su actividad de forma responsable, tanto con socios o asociados; como con la sociedad en general, sin renunciar a su viabilidad económica bajo unos principios y valores de responsabilidad social que hacen que asuman sus implicaciones a nivel económico, social y medio ambiental.

Es así, que las asociaciones cooperativas cuando nacen adquieren un compromiso no solo con las comunidades donde están asentadas sino también con los individuos, sean socios, clientes o solo público en general. Para Vargas & Vaca (2005), este interés por la comunidad es prueba del sentido de responsabilidad social que identifica a las cooperativas.

Cuando se observan y analizan los principios de las cooperativas, se puede afirmar que la responsabilidad social está presente desde su concepción, en el cumplimiento de sus funciones y la manera como tratan a la comunidad, esto es apoyado por Mozas & Puentes (2010), cuando manifiestan que el compromiso de las cooperativas con las comunidades, trabajadores y el medio ambiente es claro.

Por tanto, es válido afirmar que la responsabilidad social está íntimamente relacionada al funcionamiento de las cooperativas y esto en la actualidad se convierte en una ventaja competitiva para ellas, ya que los mercados actuales le están dando mayor relevancia a los valores éticos, así como a las prácticas socialmente responsables a la hora de hacer negocios y los consumidores al momento de adquirir los productos.

Metodología

La investigación está orientada por el paradigma cuantitativo, que según Jiménez (2008), explica los fenómenos sociales a través de generalizaciones objetivas, utilizando técnicas descriptivas, estadísticas uni-multivariadas, métodos de muestreos probabilísticos, entre otros. En una investigación descriptiva, según Landeau (2007), este tipo de estudio buscan describir y evaluar diversos aspectos de un universo con la finalidad de identificar características importantes que permitan informar sobre el fenómeno estudiado. Con un diseño no experimental transeccional descriptivo, que de acuerdo a Hernández, Fernández & Baptista (2013), observa situaciones ya existentes sin realizar manipulaciones deliberadas de las variables, además es de campo porque como dice Sabino (2002), los datos o información de interés son recogidos de forma directa de la realidad mediante el trabajo concreto del investigador.

Población y muestra

Esta investigación está dirigida a las 1800 asociaciones cooperativas del municipio Baralt registradas en la SUNACOO, al aplicar la fórmula de Sierra (2001), la muestra estará conformada por 327 de estas cooperativas.

Técnica e instrumento de recolección de información

La técnica utilizada en este estudio es la encuesta, Finol & Camacho (2006), consideran que es una herramienta relevante que el investigador puede usar para la obtención de la información necesaria para dar respuesta a los objetivos planteados. En cuanto al instrumento se diseñó un cuestionario estructurado, con 48 ítems, con reactivos de respuestas cerradas, estilo Liker donde las alternativas de respuestas son: siempre (5), casi siempre (4), algunas veces (3), casi nunca (2) y nunca (1). El instrumento fue respondido por el vocero encargado de la Dirección de Gestión Cooperativa y Desarrollo Económico de cada una de las asociaciones cooperativas.

Resultados

Por ser esta una investigación en proceso se mostrarán los resultados de las 14 asociaciones cooperativas a las cuales se les ha aplicado el instrumento. El tratamiento de los datos arrojados por el instrumento se hizo con el cálculo de la estadística de frecuencia, con la cual se obtendrán las frecuencias absolutas y relativas.

Tabla 1. Responsabilidad Social: principios y valores éticos.

Categoría	Ítems					
	La RS forma parte de las políticas de la cooperativa		La RS es un valor ético considerado por la cooperativa		La RS un valor cooperativista practicado por la organización	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
Siempre (5)	9	64%	6	43%	10	71%
Casi siempre (4)	5	36%	8	57%	4	29%
Algunas veces (3)	0	0	0	0	0	0
Casi nunca (2)	0	0	0	0	0	0
Nunca (1)	0	0	0	0	0	0
Totales	14	100%	14	100%	14	100%

Fuente: Elaboración propia (2019).

En este primer lote de 14 cooperativas encuestadas se puede visualizar que: el 64% tienen a la responsabilidad social como política, lo que quiere decir, que las acciones de la organización están pensadas en cumplir con esta responsabilidad social no solo a lo interno de la organización sino también a lo externo, que no lo ven como una obligación, como dice Delgado (2013), lo hacen libremente, asumiéndolo como ese compromiso voluntario con el cual podrán funcionar y tomar decisiones en aras de alcanzar la eficiencia, productividad y el bienestar de la cooperativas, de sus miembros y de la comunidad.

Para Castro (2006), por naturaleza estas organizaciones trabajan bajo el principio del bien común, es por eso no extraña que el 57% haya respondido casi siempre, ya que para un cooperativista la responsabilidad social es un valor intrínseco, concepto por el que rige su proceder; y que es practicado o puesto en acción siempre (71%), pudiéndose observar en el gran número de acciones realizadas con alto contenido de responsabilidad social. Castro (2006), habla del compromiso de las empresas por realizar voluntariamente una serie de acciones que vayan más allá de lo legalmente establecido, estos resultados, ponen a las asociaciones cooperativas un paso delante de una empresa tradicional, debido a que en su constitución y en la de sus miembros la responsabilidad social es un elemento interno que se apodera de su toma de decisiones y está presente día con día en todas las actividades que llevan a cabo. De hecho para Rojas, Alafia & Chirinos (2016), la responsabilidad social no solo está dirigida a ejecutar acciones que protejan y mejoren el bienestar de la comunidad, sino también la de los empleados, en este caso socios.

Tabla 2. Responsabilidad Social: acciones responsables.

Categoría	Ítems					
	La cooperativa posee una política fundamentada en el uso racional de los recurso		La cooperativa maneja con carácter ético la imagen de sus productos		Las cooperativas apoyan las actividades de la comunidad (escuelas, iglesias, deportes, etc.)	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
Siempre (5)	6	43%	7	50%	14	100%
Casi siempre (4)	8	57%	7	50%	0	0
Algunas veces (3)	0	0	0	0	0	0
Casi nunca (2)	0	0	0	0	0	0
Nunca (1)	0	0	0	0	0	0
Totales	14	100%	14	100%	14	100%

Fuente: Elaboración propia (2019).

El uso racional de los recursos de las cooperativas supone un beneficio económico, como lo manifiesta Puterman (2005), en el caso de las asociaciones consultadas respondieron que casi siempre en un 57% y siempre en un 43%, estos resultados permiten inferir que tienen presente que un uso responsable de los recursos irá directamente relacionada con una disminución de costos, lo que favorece sus índices financieros.

Por otro lado, el manejo de la imagen de los productos también representa un beneficio económico, en este caso los encuestados respondieron 50% siempre y 50% casi siempre; las cooperativas están conscientes que al ser transparentes generan un sentido de confianza y credibilidad, que se transforman en activos intangibles, lo que apoya Meza (2007), cuando dice que, las acciones responsables son reflejadas en la empresa en forma de activos tangibles e intangibles como son la imagen, la reputación y el prestigio, dando valor así a la marca, en este caso a los productos de las cooperativas. A la pregunta sobre el apoyo de las actividades planificadas por la comunidad todos los encuestados (100%) respondieron que siempre. Esto evidencia el incondicional apoyo de estas asociaciones hacia su comunidad, Puterman (2005), considera que esto se traduce en un beneficio social con el que garantiza el reconocimiento y lealtad de esa sociedad.

Conclusiones

Hoy en día la responsabilidad social se ha convertido en un elemento esencial en el funcionamiento de las organizaciones, en las empresas tradicionales es considerado un costo, que para este momento muchas ven como una inversión, sin embargo en las asociaciones cooperativas la responsabilidad social es inherente a ella, esta, como dicen algunos autores, en su ADN, su funcionamiento se encuentra signado por acciones socialmente responsables con los que buscan el bien común, donde su necesidad de generar ganancias o utilidades no pasa por descuidar a sus socios o a su comunidad.

En conclusión se puede decir; que se tiene evidencia de que estas asociaciones cooperativas trabajan desde los principios y valores cooperativistas, donde la igualdad, la solidaridad, la democracia participativa, la formación, la cooperación y el compromiso voluntario con sus socios y con la comunidad son el motor que impulsa su recorrido en la búsqueda de un equilibrio en mercados tan llenos de incertidumbres y condiciones adversas, donde la preocupación por lo social y ambiental no tienen la importancia que en realidad representan.

Estas organizaciones tienen claro, que permaneciendo fiel a ese espíritu cooperativista pueden mejorar y ganar mercados en base a su imagen pública, que los visualiza como organizaciones confiables, con un alto grado de credibilidad, esta reputación genera fidelidad en sus clientes, lo que las hace competitivas en el mercado. Para nadie es un secreto que los mercados están cambiando y le están dando más relevancia a este factor, es aquí cuando las cooperativas tienen una ventaja competitiva porque esa responsabilidad social es parte de sus políticas y prácticas desde el momento de su creación.

Por ese carácter socialmente responsable se entiende que a pesar que las cooperativas son organizaciones que no producen utilidades a escala para convertirse en empresas importantes en el mercado, si lo son para beneficiar a los asociados y a las comunidades que se vinculan a ellas; han demostrado por años que son capaces de incrementar sus beneficios económicos, el renunciar a su viabilidad económica no es una opción porque esto es lo que permitirá invertir en sus actividades sociales. Hay que entender que el éxito de las cooperativas depende de sus beneficios económicos, pero también de los beneficios sociales y ambientales.

Referencias Bibliográficas.

- Briceño, J., Rojas, D., Chirinos, Y. & Alaña, Y. (2018). *E-competencias, apropiación social y actitudes hacia el tic – tac – tep en las necesidades formativas del docente*. En: Y. Chirinos., A. García., N. Barbera. & L. Camejo. (Eds.), *Tendencias en la Investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica*. 3, (3), 166 – 192. Coro. Venezuela. Fondo Editorial Servando Garcés.
- Castro, M. (2006). *Las Empresas de Economía Social y la Responsabilidad Social Corporativa*. Papeles de Economía Española.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 5453 Extraordinaria-Fecha 24 de Marzo del 2000. Venezuela.

- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Colombia. Mc Graw Hill.
- Delgado, R. (2013). *La Responsabilidad social Compromiso Voluntario*. Recuperado de WWW.eleconomista.com.mx/opinion/la-responsabilidad-social-compromiso-voluntario-20131021-004.html.
- Finol, M. & Camacho, H. (2006). *Introducción a la metodología*. México. Editorial Grijalbo.
- Graterol, M., Rojas, D., Chirinos, Y. & Alaña, Y. (2018). *Responsabilidad Ética Herramienta la Competitividad del sector servicios petroleros*. Tendencias en la Investigación Universitaria. Vol. 3. 3-28.
- Landeau, R. (2007). *Metodología de la Investigación*. Chile. Dolmen Ediciones.
- Ley Especial de Asociaciones Cooperativas. (2001). *Caracas-Venezuela*. Legis Editoriales.
- Libro Verde, Comisión Europea. (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Brusela.
- Martínez, C., Antúnez, N. & Rojas, L. (2015). *Consejos Comunes y Ciclo Comunal en el Marco de la Responsabilidad Social Universitaria*. Encuentro Educacional. Vol. 22(3). 359-372.
- Meza, A. (2007). *La Responsabilidad Social Empresarial como Factor de Competitividad*. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. Colombia.
- Mozas, A. & Puentes, R. (2010). *La responsabilidad social corporativa y suparalelismo con las sociedades cooperativas*. N° 103. 75-100.

- Pelekais, C. & Aguirre, R. (2008). *Hacia una Cultura de Responsabilidad Social*. Colombia. Editorial Mc Graw Hill.
- Pérez, C., Chirinos, Y., Lugo, E. & Henao, A. (2018). *Estrategias de Responsabilidad Social Universitaria para el Emprendimiento y la Inclusión Laboral de Comunidades Vulnerables*. En: Y. Chirinos., A. García., N. Barbera. & L. Camejo. (Eds.), *Tendencias en la Investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica.*, 4 (4), 134 – 146. Coro. Venezuela. Fondo Editorial Servando Garcés.
- Puterman, P. (2005). *Situación de a Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica Hacia un desarrollo sustentable*. Venezuela. Editorial Velea.
- Rojas, D., Alaña. Y. & Garcés, G. (2017). *Componente Ético como Estrategia para el Desarrollo Laboral*. En: Y. Chirinos., C. Pérez., M. Barreto. & C. Martínez. (Eds.). *Universidad, Ciencia, Innovación y Sociedad: desde la perspectiva laboral I*, (1). 107-136. Barranquilla. Colombia. Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Rojas, D., Alaña, Y. & Chirinos, Y. (2017). *Responsabilidad social interna de los gerentes del conocimiento*. En Meriño, V., Chirinos Y., Camejo. L., & Martínez, C. (Eds.) *Gestión del Conocimiento Perspectiva Multidisciplinaria*. 1 (1). 222-251. Coro. Venezuela: Fondo Editorial Universitario Servando Garcés.
- Rojas, D., Chirinos Y. & Garcés, G. (2017). *El Nuevo Reto de la Gerencia del Talento Humano los Empleados Tóxicos*. . *Gestión del Conocimiento*. En Meriño, V., Chirinos Y., Camejo. L., & Martínez, C. (Ed.) *Gestión del Conocimiento Perspectiva Multidisciplinaria*. 2 (2). 73-103. Coro. Venezuela: Fondo Editorial Universitario Servando Garcés

Sabino, C. (2001). *El proceso de investigación*. Nueva edición actualizada. Venezuela. Editorial Panapo

Sierra, B. (2001). *Técnicas de investigación social*. España. Paraninfo.

Vargas, A. & Vaca, R. (2005). *Responsabilidad social corporativa y cooperativismo: ventajas y potencialidades*. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. No 53. 241-260.

Vivas, T. (2002). *Autogestión: forma superior de emancipación*. Caracas. Uval.