



DOCUMENTO N° 5

**Responsabilidad Social Cooperativa.
Balance Social Cooperativo**
Similitudes y diferencias en la República Argentina

Autor
Lic. Hugo Horacio Iacovino

Año
2016

Hugo Horacio Iacovino es Licenciado en Cooperativismo y Mutualismo y Posgrado en Economía Social. A la fecha de la presente publicación, integra el Consejo Consultivo del Colegio de Graduados en Cooperativismo y Mutualismo (CGCyM).

La presente publicación corresponde a la serie **Documentos** de **Ediciones CGCyM**, colección destinada a la difusión de **textos breves** producidos por l@s asociad@s del Colegio de Graduados en Cooperativismo y Mutualismo de la República Argentina, cuyo campo teórico-práctico de pertenencia lo constituye la **Economía Social**.

Atribuciones: El contenido publicado a continuación puede ser utilizado libremente por terceras personas físicas y/o jurídicas. En estos casos, solicitamos citar la fuente del siguiente modo:

Iacovino, Hugo Horacio: **Responsabilidad Social Cooperativa. Balance Social Cooperativo. Similitudes y diferencias en la República Argentina**; Serie Documentos N° 5; Ediciones CGCyM; Buenos Aires; 2016.



Colegio de Graduados en Cooperativismo y Mutualismo de la República Argentina - CGCyM
Estados Unidos 1354 (c1101abb) CABA
Te.: (+54 11) 4305-7192 / 9954
ediciones@cgcy.org.ar
www.cgcy.org.ar/editorial

Coordinación editorial
Santiago Arella

Hugo Horacio Iacovino

Responsabilidad Social Cooperativa. Balance Social Cooperativo

Similitudes y diferencias en la República Argentina

Palabras clave

Balance Social Cooperativo, Responsabilidad Social Cooperativa,
principios cooperativos.

Resumen¹

La primera entidad que se ocupó sobre la implementación del Balance Social Cooperativo en la República Argentina es el Colegio de Graduados en Cooperativismo y Mutualismo CGCyM. En el año 1983, el Lic. Gerardo F. Martínez y el Sociólogo Alberto L. Bialakowsky, elaboraron una propuesta, que se concretó con la publicación del primer libro editado sobre esta temática: “El Balance Social en las cooperativas – Evaluación sistemática del impacto social”.

En 1998, cuatro investigadoras de la Universidad Nacional de La Plata realizan un trabajo de investigación, el cual se publica bajo el título “Balance Social Cooperativo Integral” – Un modelo argentino basado en la identidad Cooperativa -, el cual de alguna manera complementa y actualiza la investigación realizada 15 años antes por Martínez y Bialakowsky.

En los años 1999 y 2001, se llevaron a cabo en la ciudad de Buenos Aires, dos Seminarios, organizados por el Colegio de Graduados en Cooperativismo y Mutualismo CGCyM, los cuales tenían el Objetivo de “Desarrollar una metodología de Balance Social y validar adecuadamente los instrumentos para ser distribuidos entre los miembros de la ACI en la región de Latinoamérica, en base a las propuestas presentadas por el documento elaborado por la ACI América

En mayo de 2007 el IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria), ha publicado una Herramienta de Autoevaluación y Planeamiento denominada “Indicadores de Responsabilidad Social para Cooperativas de Usuarios”. en el cual se relacionan los siete principios del cooperativismo con las siete dimensiones de la Responsabilidad Social

Los primeros pasos en la República Argentina

Durante gran parte del año 1983, en el Colegio de Graduados en Cooperativismo y Mutualismo CGCyM de la República Argentina, en aquel entonces presidido por el Licenciado Gerardo Faustino Martínez, se abocaron a la problemática de investigar sobre el tema del balance social cooperativo, y finalmente se llegó a producir un trabajo de investigación, realizado por el propio Martínez y Alberto Leonardo Bialakowsky (Licenciado y Magíster en Sociología), el cual se publicara en octubre de 1984, con el apoyo de varias entidades, las cuales estaban encabezadas por la Unión de Cooperativas de Vivienda Cooperativas Ltdas. (UNICOOP), que constituye la primera obra presentada en nuestro país y que se denominó “El Balance Social en las cooperativas. Evaluación sistemática del impacto social”.

La obra tuvo un Prólogo escrito por Juan Carlos Carr, y del mismo extraemos lo siguiente: “La dignidad del hombre, es el centro de todo el sistema. Ella no puede medirse con los balances comerciales que hoy se usan en nuestras cooperativas, ni son útiles a tal objetivo las intervenciones de los auditores contadores.

Pero, ¿puede medirse la dignidad del hombre?. Este era el punto en que se centraba nuestra atención

¹ El presente trabajo fue publicado originalmente en el mes de junio de 2008.

sobre el trabajo que prometían los autores.

Nosotros pensamos que es difícil la respuesta, pero hay acciones, actos, actitudes que pueden indicar que una empresa cooperativa está luchando para elevar la dignidad del hombre argentino y esos hechos son mensurables.

Los autores nos dicen cómo. Nosotros pensamos más allá y decimos: estas mediciones no sólo nos dirán si las cooperativas cumplen sus objetivos sino que nos van a guiar en cualquier tipo de proyecto que intentemos para la desmercantilización del sistema cooperativo argentino. Estas mediciones nos van a contar la realidad cooperativa y en algunos de sus rubros nos van a dar un dato que para nosotros es el más válido: “qué quiere el hombre argentino”.

Consideramos importante rescatar de esta obra, la parte final del primer capítulo: “**Hacia una definición del Balance Social en las cooperativas.** Luego del repaso de los aspectos multifacéticos que puede asumir el Balance Social y por ende la puesta en evidencia de la capacidad de alternativas que el mismo brinda, cabe inclinarse por la adopción de una definición *ad hoc*, dado que nuestro interés no radica en un Balance Social en general sino en un Balance social específico.

Al respecto, sin embargo, convendrá partir de una definición general, aportada coincidentemente por Campos Menéndez y Buron Subiere que dice: “El balance social consiste básicamente en reunir y sistematizar la información del área social, en un documento público, donde se pueden cuantificar los datos mediante el elemento básico del balance social, que son los indicadores sociales. Un control periódico de esta información, lo más amplio, preciso y objetivo posible constituye un balance social”.

Por nuestra parte definiremos al Balance Social en las cooperativas del modo que sigue: “**El Balance Social Cooperativo consiste básicamente en reunir, sistematizar y evaluar la información que corresponde a las dimensiones sociales que hacen a la naturaleza y a los fines de la actividad cooperativa, volcada en un documento de alcance público, donde se pueden cuantificar los datos mediante el elemento operativo del balance social que son los indicadores sociales. Un control periódico de esta información, lo más amplio, preciso y objetivo posible constituye un Balance Social Cooperativo**”.

Con esta definición se subrayan las precondiciones básicas del Balance Social entre las cuales destacamos: la visión de conjunto, la función evaluativa, la enumeración realista, su plasmación empírica y su diseño riguroso en términos de confiabilidad y coherencia.

Hemos señalado las precondiciones del Balance Social Cooperativo. Resta añadir las características básicas, que según lo analizado en los puntos anteriores, completan su definición del modo siguiente:

- La intencionalidad para la confección del Balance Social en las cooperativas surge internamente pero atiende los requerimientos sociales externos en paridad con los internos.
- Su incumbencia técnica principal corresponde al área de la registración contable, más allá o más acá de sus posibilidades administrativas o gestionarias.
- Los valores subyacentes a la cooperación son coincidentes con los valores correspondientes a la responsabilidad social y al resguardo de la calidad de vida que fundamenta la necesidad de elaborar el Balance Social.

- El enfoque sociológico y socioeconómico contribuye a equilibrar la evaluación de los resultados, hasta el presente sesgados económicamente desde la perspectiva del acto de comercio.
- De los actores intervinientes en el proceso cooperativo debe destacarse el análisis de las dimensiones referidas a los asociados y a las redes o sectores intercooperativos.
- El Balance debe concebirse tanto en función evaluadora como de presentación periódica, tendientes dichas funciones a la standarización y uniformación del método tanto entre cooperativas como a través del tiempo, a fin de permitir su comparación, pero previendo ajustes y en lo posible evitando la excesiva rigidez que impida evaluar las peculiaridades tipológicas.
- La influencia social de la cooperativa debe ser medida en sentido bidireccional a fin de permitir abrir juicio sobre su desempeño (performance).
- El Balance Social Cooperativo como documento público cumple también un rol difusor, en la comunidad, de la imagen social de la cooperativa.

Podríamos concluir en resumen, enunciando, figurativamente, la siguiente ecuación:

**“El Balance Económico-Financiero tradicional es al acto de comercio
como el Balance Social en las cooperativas es al acto cooperativo”.**

Cabe destacar que esta obra es la primera en nuestro país que encara esta problemática, ofreciendo información sobre las distintas alternativas a seguir para su realización. Los estudios que se han realizado con posterioridad, siempre han reconocido el valor de este trabajo. Como para tener una idea de la labor llevada a cabo, reproducimos los principales ítems del índice de la primera edición:

- 1: La cooperativa y el Balance Social.
 - 1.1. Génesis y argumentación.
 - 1.2. Objetivos del Balance Social en las Cooperativas.
 - 1.2.1. Intencionalidad.
 - 1.2.2. Tipos de instrumento.
 - 1.2.3. Precedentes valorativos.
 - 1.2.4. Contenidos.
 - 1.2.5 Documentación.
 - 1.2.6 Hacia una definición del Balance Social en las cooperativas.
2. Prolegómenos a la presentación del Balance Social.
 - 2.1. Sobre aspectos metodológicos.
 - 2.2. Sobre equivalencias técnicas.

2.3. Sobre los elaboradores.

3. Articulación del Balance Social.

3.1. Estado de Resultados Anual.

3.2. Estado de Resultados Acumulados.

3.3. Cuadro de Utilización de Recursos con Fines Sociales Anual.

3.4. Cuadro de Utilización de Recursos con Fines Sociales Acumulados.

3.5. Estado Analítico del Efecto Social.

Acerca de la práctica y la auditoría del Balance Social en las cooperativas.

Elaboración, participación y capacitación.

Anexo II: Modelos de cuestionarios

Encuesta de vivienda.

Encuesta de satisfacción.

No nos cabe ninguna duda que la obra de Martínez y Bialakowsky tuvo enorme influencia en la decisión tomada por las Confederaciones CONINAGRO y COOPERAR, organizadoras del Congreso Argentino de la Cooperación de 1989, para incluir, en el Documento final, la siguiente recomendación:

*“El **balance social cooperativo** contribuye al logro de los objetivos señalados por la ACI y constituye un instrumento idóneo en el camino de ofrecer información social en forma sistemática y comparable. La formulación concreta por parte de las cooperativas del denominado Balance Social en el cual, entre otros importantes datos y conceptos, se efectúe una detallada evaluación de las realizaciones en el campo de la educación cooperativa, como base del planeamiento de este tipo de actividades y del informe final anual a remitir a las entidades cooperativas de grado superior”.*

Congreso Argentino de la Cooperación, Documento Final.

Recomendaciones. Buenos Aires, Argentina, 1989.

El Balance Social Cooperativo en la actualidad

En los finales del siglo XX se producen cuatro hechos, que a nuestro entender han ayudado en gran medida para establecer las pautas metodológicas para la realización del Balance Social Cooperativo, a partir de las cuales se empezaron a realizar en distintos sectores del cooperativismo. Estos hechos son:

I – Declaración de la Alianza Cooperativa Internacional

La necesidad de brindar información social en las cooperativas surge de su propia naturaleza, fundada en valores y principios. La **Alianza Cooperativa Internacional (ACI)**, organismo que representa a las cooperativas de todo el mundo, afirma en su Mensaje por el **Día Internacional de la Cooperativa** de 1998, que “es capital desarrollar un sólido sistema de comunicaciones dentro del movimiento de manera que los diversos sectores se comprendan y apoyen mutuamente, ya que así se alcanzara una mayor unidad ideológica. La educación es esencial a todos los niveles y es de suma importancia que el movimiento invierta en la promoción de la imagen cooperativa y que explique al mundo la diferencia cooperativa, que se basa en nuestros Valores y Principios Cooperativos”.

Mensaje de la **Alianza Cooperativa Internacional** en el Día Internacional de la Cooperación, 76º Jornada Cooperativa Internacional, sábado 4 de Julio de 1998. Publicado en Cooperativismo en la Plata, N° 3, Julio de 1998.

II – Investigación sobre Balance Social Cooperativo Integral

En noviembre de 1998 el Instituto Provincial de Acción Cooperativa IPAC de la Provincia de Buenos Aires, publica su Cuaderno 5 Serie Investigación, el cual se denomina “Balance Social Cooperativo Integral. Un modelo argentino basado en la identidad cooperativa”, en el cual se refleja el trabajo realizado por cuatro docentes de la Universidad Nacional de La Plata: Liliana Fernández Lorenzo, Norma Geba, Verónica Montes, y Rosa Schaposnik.

A nuestro entender, este trabajo, es una suerte de actualización a la nueva realidad en su metodología, (incluso se reformularon los principios cooperativos en 1995), de la obra ya comentada y que fuera realizada por Martínez y Bialakowsky en 1984, dado que la parte conceptual y filosófica de la temática es la misma.

En relación a su contenido, las autoras expresan: “Se denomina balance social cooperativo integral, porque combina información social y económica tanto para el área interna como externa de la cooperativa considerada como un todo. Consta de dos informes básicos: el balance social y el informe social interno, acompañados de información complementaria y fundamentos y pautas para su elaboración.

En ambos informes básicos, la información se agrupa de acuerdo a los principios cooperativos vigentes. Se considera cada principio por separado atendiendo a una necesidad metodológica, pero debe hacerse la salvedad que no son independientes unos de otros. Por ello las cooperativas no deben ser evaluadas en base a uno de ellos, sino por la manera en que adhieren a los mismos en su totalidad”

III – Investigación sobre El Diagnostico de Situación Social

La Dra. en Sociología Alicia Rovella y el Licenciado en Cooperativismo y Mutualismo Felipe Rodolfo Arella, realizaron un trabajo de investigación, al cual denominaron “El Diagnostico de Situación Social”. Una síntesis del mismo se publicó en el libro “Nueva Visión del Cooperativismo Argentino”, del cual extraemos los siguientes conceptos: “Las organizaciones económicas y sociales vienen

realizando, desde hace tiempo, evaluaciones del impacto que producen sus tomas de decisiones y las actividades derivadas de ellas tanto dentro de las mismas organizaciones como fuera de ellas.

Las cooperativas en cualquiera de sus ramos, y principalmente aquellas que prestan servicios, tienen que incorporar esta práctica evaluatoria analizando, al mismo tiempo, el cumplimiento de los principios de la cooperación y el mutualismo porque con ello se fortalece su identidad frente a las empresas de lucro.

¿Cuáles son las ventajas de realizar la evaluación social en las cooperativas?

Podemos señalar las siguientes:

1) Hacia lo interno de la institución:

- a) Contar con un nuevo elemento de conocimiento de las relaciones con los asociados, funcionarios y empleados de la cooperativa.
- b) Poder ponderar si las acciones realizadas se encuadran dentro de los principios del sistema cooperativo.
- c) Auscultar nuevas necesidades de sus asociados y terceros usuarios.
- d) Auscultar las necesidades de los empleados.
- e) Anticiparse a situaciones de conflictos internos y formación de subgrupos informales generadores de conflictos.
- f) Planificar teniendo en cuenta si la acción a realizar se encuadrará en alguno de los principios cooperativos.
- g) Atender las demandas concretas de la realidad como también las necesidades manifiestas de la economía interna de la cooperativa.
- h) Permite fijar la política de la cooperativa tanto hacia adentro como hacia fuera de la entidad.

2) Hacia fuera de la cooperativa:

- a) Presentar a las autoridades de aplicación y a otros organismos oficiales un informe que consolide la identidad cooperativa de la institución.
- b) Demostrar a las autoridades fiscales que sus operaciones tienen carácter social y no lucrativo.
- c) Exponer ante la comunidad la labor que se realizó en beneficio de ella.

IV – Generación de un CD por parte de la ACI Américas

El equipo de trabajo que la Alianza Cooperativa Internacional de las Américas tiene, con sede en Puerto Rico, elaboró una metodología de trabajo para la realización del Balance Social Cooperativo, cuya información se incluía en un C.D. y promovió la realización de Seminarios para analizar la implementación del mismo.

Cabe mencionar que los profesionales de la ACI América, han reconocido el mérito del trabajo citado precedentemente en II, y mencionaron en los Seminarios realizados en nuestro país, que tuvieron muy en cuenta la metodología propuesta por las investigadoras de La Plata, en la elaboración de su propuesta.

En nuestro país se realizaron dos Seminarios, organizados por el Colegio de Graduados en Cooperativismo y Mutualismo CGCyM, para lo cual se trasladaron a Buenos Aires, los especialistas de la ACI. El primero de ellos se realizó en 1999, en la Universidad del Museo Social Argentino, coincidiendo con el Homenaje al 80° Aniversario del Primer Congreso Argentino de la Cooperación, y el segundo, en el año 2001, en la Universidad de Belgrano, el que se realizó en forma conjunta con un Congreso Forestal.

Las Universidades y el Balance Social Cooperativo y Mutual

Otro hecho importante que a nuestro entender esta ayudando a interpretar y difundir esta problemática, es que desde hace, por lo menos cinco años, dos Universidades tienen, dentro de sus contenidos académicos, el tema del Balance Social Cooperativo en las carreras de posgrado que dictan.

Una de ellas es la Universidad Nacional de Tres de Febrero, en el Posgrado en Economía Social, que dirige el Dr. Jorge Bragulat, y la otra es la Universidad de Belgrano en la Diplomatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Mutuales y Cooperativas, que dicta conjuntamente con el CGCyM.

Tercer Congreso Federal de la Economía Social

Dentro del marco del Tercer Congreso Federal de la Economía Social, organizado por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social INAES, en el predio ferial de Costa Salguero de la Ciudad de Buenos Aires, el 23 de noviembre de 2006, el CGCyM, organizó un Seminario sobre Evaluación Social para Cooperativas y Mutuales.

El programa de actividades se desarrolló en dos partes. En la primera se realizaron exposiciones académicas reseñando la evolución que ha tenido en nuestro país este tema y la metodología actual para la realización del Balance Social Cooperativo y Mutual, y en la segunda parte se expusieron los casos de entidades que ya estaban realizando Balance Social.

Una de las exposiciones estuvo a cargo de Susana Sepertino y Juan Pubill, quienes tienen a su cargo la realización del Balance Social Cooperativo de Agricultores Federados Argentino AFA Sociedad Cooperativa Ltda. En el momento del Seminario ya habían realizado el primero, finalizado el 31 de octubre de 2005, y estaban trabajando sobre el segundo.

Explicando las variantes que habían realizado en la práctica, pues hay que tener en cuenta que Agricultores Federados Argentinos está formada por centros cooperativos primarios, por lo cual mucha gente cree que es una federación, pero en realidad es una entidad de primer grado.

Destacaron que con motivo de aprobarse la metodología de trabajo propuesta por los profesionales, lo primero fue determinar el grupo de trabajo que realizaría el Balance Social Cooperativo, el cual se encuentra integrado por jóvenes profesionales hijos de productores, miembros de los grupos de jóvenes, muchos de ellos becados por la cooperativa para la licenciatura y tecnicatura en administración de cooperativas y mutuales y que fueron tomados como empleados dentro de la institución.

Otra de las exposiciones estuvo a cargo de Liliana González y Juan Carlos San Bartolomé, quienes tienen a su cargo la realización de los Balances Sociales Cooperativos de COOPERAR (Confederación Cooperativa de la República Argentina) y FECOTEL (Federación de Cooperativas Telefónicas).

Destacaron que ya llevan realizados 36 Balances Sociales Cooperativos desde COOPERAR y FECOTEL y que esta tarea ayuda a consolidar una fuerte identidad cooperativa y asumir la defensa política del movimiento. Se intenta, en primer lugar, cuantificar lo cualitativo de la gestión cooperativa. Muchas veces decimos que los cooperativistas son buenos, entonces ¿cómo demostrar que son buenos? Cuantificando lo cualitativo.

A su vez, está orientada a visibilizar lo invisible de los servicios públicos. Existen muchísimos servicios que se brindan sin tener ingreso económico para la cooperativa, pero que significa un aporte para el asociado.

Por otra parte, permite mostrar el compromiso de la cooperativa con la comunidad; cuál es el impacto socio – económico de la cooperativa en su medio; que significa ser una herramienta de desarrollo local y la responsabilidad y la política social de la entidad.

Cabe mencionar que en este Seminario también expusieron su experiencia en la realización del Balance Social para la Asociación Mutual Protección Familiar, Celeste Mesa y María Fernanda Cigliano, el que realizan ininterrumpidamente desde el año 2001.

Graficación del cumplimiento del segundo principio cooperativo

A continuación se reproducen los cuadros y gráficos con los cuales se procura expresar el cumplimiento del segundo principio cooperativo, en lo referente a la participación de la Sindicatura con la finalidad de lograr satisfacer los objetivos del segundo principio cooperativo “Control democrático de los miembros”.

Esta reproducción se extrae del trabajo de investigación que hemos presentado en el V Encuentro de Investigadores Latino – Americanos de la Alianza Cooperativa Internacional, a realizarse del 6 al 8 de agosto de 2008 en la Universidad de San Paulo, en Riberato Preto, S P, Brasil, al cual denominamos “La Sindicatura y su importancia en el cumplimiento del segundo principio cooperativo en la legislación Argentina”.

Cabe destacar que este principio es esencial a este tipo de entidades, y surge como fundamental, de la definición adoptada por la ACI en el Congreso de Manchester (Inglaterra en 1995): *“Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.”*

II.a. Participación y gestión democrática	Ejercicio actual		Ejercicio anterior	
	Cantidad	Porcentaje (*)	Cantidad	Porcentaje (*)
II.a.1 Asistencia a asambleas (*) Porcentaje respecto al total de asociados en condiciones de asistir o su promedio				
Asistentes a asamblea ordinaria		%		%
Promedio de asistentes a asambleas extraordinarias		%		%
II. a. 2 Hombres y Mujeres en el cargo de la Sindicatura				
Hombres que ocupan la sindicatura		%		%
Mujeres que ocupan la sindicatura		%		%
Total de Cargos		100%		100%
II. a 3. Reuniones de la Sindicatura				
Reuniones con asociados	60		55	
Asociados Entrevistados	429	45.93%	376	41.77%
II.a.4 Hombres y mujeres en cargos del Consejo (*) Porcentaje respecto al total de cargos institucionales				
Hombres que ocupan cargos del Consejo		%		%
Mujeres que ocupan cargos del Consejo		%		%
Total de cargos del Consejo		100 %		100 %
II.a.5 Hombres y mujeres en cargos jerárquicos (*) Porcentaje respecto al total de cargos jerárquicos				
Hombres que ocupan cargos jerárquicos		%		%
Mujeres que ocupan cargos jerárquicos		%		%
Total de cargos jerárquicos		100 %		100 %

II.b. Información				
II.b.1 Inversión en información (*) Porcentaje respecto al total invertido en información				
Información directa destinada a los asociados	\$	%	\$	%
Información directa destinada a los trabajadores				
Información destinada al público en general	\$	%	\$	%
Total invertido en información	\$	100 %	\$	100 %

Nota: A través de este gráfico se expresan, en porcentajes, los temas tratados por la Sindicatura en las reuniones efectuadas con los asociados.

Reuniones de la Sindicatura con los asociados durante el ejercicio social

Mes del año	Cantidad de reuniones	Asociados entrevistados
Enero	2	12
Febrero	4	23
Marzo	5	38
Abril	8	64
Mayo	8	72
Junio	6	25
Julio	2	14
Agosto	4	23
Setiembre	5	33
Octubre	7	48
Noviembre	4	35
Diciembre	5	42
Totales	60	429

Nota: Esta información fue extraída del libro Informes de la Sindicatura.

A lo largo del año se realizaron 60 reuniones con asociados, en las cuales se atendieron a 429 asociados, con un promedio de 7,15 por reunión.

Cabe destacar que la cooperativa tiene un padrón de 934 asociados.

El caso de la Cooperativa Telefónica de Merlo (San Luis)

A continuación reproducimos cuadros y gráficos con los cuales se expresaron distintas situaciones del trabajo realizado en la elaboración del primer Balance Social de la Cooperativa Telefónica de Merlo, en la provincia de San Luis.

Los temas presentados, están referidos a;

- Análisis final de la aplicación de los principios.
- Cuadro comparativo de la opinión de los encuestados sobre los 6 Servicios principales que brinda la cooperativa.
- Valor Agregado Cooperativo V.A.C.

Análisis final de la aplicación de los principios

En el siguiente grafico mostramos el análisis final del trabajo que hemos realizado en cada uno de los principios cooperativos. Este grafico permite considerar el conjunto de los siete principios. Ya lo señalaba Ian Mac Pherson en

el preámbulo a la declaración de la ACI sobre la identidad cooperativa: “Las cooperativas no deben juzgarse sobre la base de un solo principio; por el contrario deben evaluarse de acuerdo con lo bien que observan los principios como un todo”. El grafico es muy sencillo de interpretar cuanto mas se aleja del centro mejor situación refleja en uno de los ejes. Lo óptimo sería un circulo lo mas extenso posible.

Se han evaluado la aplicación a los principios por parte de la cooperativa en una escala de 1 a 10 y ha arrojado la siguiente información.

El grafico señala que la cooperativa ha cumplido en un alto porcentaje los objetivos planteados en cada uno de los principios en el I- II-III- IV y VII principio con resultados 9 en cada uno de ellos. La cooperativa muestra un gran desarrollo administrativo y social incorporando progresivamente nuevos servicios y perfeccionando la tecnología de la misma.

Estos resultados son gracias al trabajo arduo del consejo de administración que semana tras semana se reúne para analizar dicho desarrollo.

El rango de 8 punto del principio VI se estableció como consecuencia de la cantidad de servicios que esta prestando la cooperativa a sus asociados y a otras entidades de primer y segundo grado.

En cuanto al puntaje 7 del principio V se logró valorando el trabajo de

difusión de principios cooperativos, al sostenimiento del canal de cable, el aporte al fondo de educación cooperativa ley 23927, y la decisión de realizar el presente Balance Social Cooperativo.

En los principios en donde la cooperativa ha tenido menos actuación, se debería trabajar en el planteamiento de objetivos claros para el desarrollo de los mismos.

Cuadro comparativo de la opinión de los encuestados sobre los 6 Servicios principales

Servicio / Calificación	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Total
Telefonía	29 %	59 %	12 %		100 %
Internet	6 %	32 %	30 %	32 %	100 %
Gas Envasado	31 %	58 %	11 %		100 %
GNC – Estación de Servicio	67 %	28 %	4 %	1 %	100 %
Sepelio	69 %	23 %	8 %		100 %
T.V. por Cable	7 %	48 %	30 %	15 %	100 %
Total	209.-	248.-	95.-	48.-	
Promedio	34,83 %	41,33 %	15,83 %	8 %	

Para la confección de este cuadro se consolidaron los resultados obtenidos en los 6 servicios que ya se vienen desarrollando normalmente, excluyéndose Turismo, por ser de reciente implementación.

Es importante destacar que en conjunto casi el 77 % de los encuestados, calificaron como Muy Bueno o Bueno la satisfacción por las prestaciones brindadas por la cooperativa en su conjunto, mientras un 15, 83 % lo calificó de regular.

Valor Agregado Cooperativo (VAC)

El presente balance social quiere mostrar la labor de la cooperativa a favor de la comunidad, haciéndola participar de una manera activa en la economía de la misma.

El Valor Agregado Cooperativo muestra los importes cobrados por la cooperativa, comparados con los importes promedios del mercado. La diferencia de ambos multiplicada por la cantidad de usuarios del servicio y por los doce meses del año arrojan el VAC que es el importe que los usuarios se ahorran en un año al contratar los servicios con la cooperativa.

Servicio	Usuarios	Abono de la cooperativa	Promedio de abono en el mercado	Valor Agregado cooperativo por usuario	Valor Agregado Cooperativo total
Teléfono Asociados	3245	4,61	30,00	304,68	988.686,60
Sepelio	712	6,00	12,00	72,00	51.264,00
Cable	3640	33,00	50,00	204,00	742.560,00
Gas Envasado*	1500	5% menor		121,60	15.202.93*
GNC**	900	0,40% menor		86,05	77.444,75
TOTAL V.A.C.					1.875.158,28

*El costo del gas envasado es 5% menor a los que brindan las diferentes empresas de la Villa de Merlo. Esto representa para los usuarios del servicio un ahorro de 121,6 pesos al año. Garrafa de 10 Kg. \$22.-, 15kg \$33.-, 45Kg. 110.-.

**El calculo de este VAC se computa del 0.40% de los ingresos y los costos de los beneficios otorgados a los usuarios de este servicio que consiste en la entrega de premios y/o nuevas cargas de GNC sin costo para los usuarios.

El IARSE y la Responsabilidad Social Cooperativa

En mayo de 2007 el IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria), ha publicado una Herramienta de Autoevaluación y Planeamiento denominada “Indicadores de Responsabilidad Social para Cooperativas de Usuarios”, con el apoyo de FECESCOR (Federación de Cooperativas Eléctricas y de Obras y Servicios Públicos de la Provincia de Córdoba) y del INAES (Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social), en el cual se relacionan los siete principios del cooperativismo con las siete dimensiones de la Responsabilidad Social.

Los siete principios del cooperativismo	Las siete dimensiones de la Responsabilidad Social
I – Membresía abierta y voluntaria	I – Valores, transparencia y gobernabilidad cooperativa
II – Control democrático de los miembros	II – Público interno
III – La participación económica de los miembros.	III – Medio ambiente
IV – Autonomía e independencia	IV – Proveedores
V – Educación, entrenamiento e Información	V – Usuarios / asociados
VI – Cooperación entre cooperativas	VI – Comunidad
VII – Compromiso con la comunidad	VII – Gobierno y sociedad
Fuente: Alianza Cooperativa Internacional de las Américas (ACI-Américas)	Fuente: Indicadores de RSE ETHOS IARSE

Ventajas de una gestión con Responsabilidad Social

- Construcción de un entorno social, cultural, económico y ambiental, más favorable al desarrollo local y global
- Incremento del protagonismo, el liderazgo y la incidencia de las empresas de la economía social en la construcción de una sociedad inclusiva, en el marco de un modelo de desarrollo sustentable.
- Mejora de la calidad y la competitividad de los bienes generados desde la economía social.
- Entorno favorable para un mayor desarrollo económico, basado en el aumento de la equidad de acceso a oportunidades.

El IARSE entiende a la Responsabilidad Social como la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la organización con todos los públicos con los que se relaciona y por el establecimiento de metas compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando los recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales (Instituto ETHOS, 2006).

En el caso de las empresas cooperativas de usuarios/asociados, el concepto de Responsabilidad Social permite profundizar un estilo de gestión que posibilita renovar su compromiso con la comunidad, con su entorno y sus públicos de interés. En este sentido, es preciso tener en cuenta que encarar una Responsabilidad Social conlleva profundizar la propia naturaleza solidaria de las empresas cooperativas, entendiendo a los siete principios del cooperativismo en un sentido amplio y en

absoluta relación con las siete dimensiones que dan forma a la Responsabilidad Social.

Asimismo, la correcta aplicación de los indicadores aquí presentados requiere de algunas especificaciones conceptuales:

La Responsabilidad Social constituye una estrategia integral de gestión, relacionada a la manera en que la cooperativa presta sus servicios y genera sus ingresos; mientras que la filantropía hace referencia al uso comunitario que se hace de esos ingresos.

La Responsabilidad Social refiere a un concepto y una práctica que adquiere significado en tanto se aplica con otros (usuarios/asociados, empleados, comunidad, organizaciones promotoras, instituciones de la sociedad civil, gobierno, proveedores, etc.).

La Responsabilidad Social de las Cooperativas es, entonces:

Un estilo de gestión, que basado en la fortaleza de los principios del cooperativismo, refuerza su compromiso con la democracia, la transparencia, el cuidado de la gente y del ambiente; atravesando toda la cadena de valor y aportando a la construcción de un nuevo modelo de gobierno y sociedad.

1º Adopte valores y trabaje con transparencia

Las conductas y decisiones cotidianas son el resultado de los valores y principios que la cooperativa asume.

Ser socialmente responsable es atender a las expectativas sociales, con transparencia, manteniendo la coherencia entre el discurso y la práctica. Este compromiso promueve y facilita una comunicación transparente y efectiva entre la cooperativa y los diferentes públicos con los que se relaciona.

2º Valore al personal de la cooperativa

Las organizaciones que valoran a su personal se valoran a sí mismas. Una cooperativa socialmente responsable realiza acciones que van más allá del respeto a los derechos laborales.

3º Aporte siempre más al medio ambiente

Desarrollar una gestión basada en la responsabilidad ambiental significa la mejora de las condiciones de vida de la sociedad en su conjunto. Las empresas, tanto privadas como de la economía social, dependen, en gran medida, de insumos del medio ambiente para realizar sus actividades. Es parte de la responsabilidad evitar el desperdicio de tales insumos: agua, energía y materias primas en general.

Un tratamiento adecuado de la basura, la reducción de los niveles de ruido generados o el fomento de la economía en el uso de la energía, no son solamente formas de reducir el impacto ambiental: iniciativas como estas mejoran las relaciones de la cooperativa con la comunidad.

4º Apoye siempre a los proveedores

Toda organización socialmente responsable debe establecer un diálogo con sus proveedores, siendo transparente en sus acciones, cumpliendo los contratos establecidos, contribuyendo a su desarrollo e incentivando a los proveedores para que también asuman compromisos de responsabilidad social. Es importante, asimismo, divulgar los valores de la cooperativa entre todos los componentes de la cadena de proveedores, empresas asociadas y servicios tercerizados.

5º Proteja e involucre a usuarios/asociados

El desarrollo de relaciones responsables entre la cooperativa y sus usuarios/asociados debe convertirse en uno de los ejes centrales de los programas de Responsabilidad Social; pues no solo implica un trato adecuado de los usuarios de tantos clientes, sino también como propietarios de la cooperativa.

Desarrollar productos y servicios confiables en términos de calidad y seguridad, proveer instrucciones de uso, informar sobre sus riesgos potenciales y eliminar daños a la salud son acciones de vital importancia, pues es preciso tener en cuenta que la cooperativa produce cultura e influye en el comportamiento de todos los públicos de interés. Una organización socialmente responsable ofrece calidad, no solamente sobre el proceso de venta, sino en toda su rutina de trabajo. Forma parte de la razón social promover acciones que mejoren la credibilidad, la eficiencia y la seguridad de sus productos y servicios.

6º Promueva a su comunidad

La relación entre la cooperativa y la comunidad en la que se encuentra inserta es uno de los principales ejemplos de la puesta en práctica de los valores con los cuales esta comprometida. El respeto a las costumbres y a la cultura local, la colaboración en proyectos educativos, el apoyo a ONG's u organizaciones comunitarias, la asistencia financiera y técnica a la gestión de instituciones sociales y la divulgación de los principios de su emprendimiento a las personas de su entorno, son algunas de las acciones que demuestran el valor que la cooperativa brinda a la comunidad.

La participación dinámica y respetuosa con los grupos representativos locales en la búsqueda de soluciones conjuntas a los problemas comunitarios, hará de la cooperativa un socio estratégico de la comunidad, reconocido y respetado por todos.

7º Comprométase con el bien común

La relación ética con el poder público, así como el cumplimiento de las leyes, forman parte de la gestión de una organización socialmente responsable. Ser ético, en este caso significa cumplir las obligaciones de recaudación de impuestos y tributos, comprometerse formalmente con el combate a la corrupción, contribuir con el diseño de las políticas públicas, etc.; participando activamente en el desarrollo de la región.

Conclusión

La Responsabilidad Social Empresaria RSE para las empresas que no actúan dentro de la economía social, es un concepto aún en construcción. Si bien está claro el objetivo que se persigue, no se halla resuelto la temática sobre la cual evaluar y profundizar, para poder fijar pautas sobre las cuales trabajar. En estas empresas la RSE se la toma como una cuestión de imagen y marketing, centrada en sus propios intereses.

Hay una diferencia ideológica de las empresas por su naturaleza. En las empresas lucrativas no se deja de maximizar las ganancias, en cambio en las cooperativas, se busca la satisfacción de las necesidades de sus asociados, independientemente del lucro.

Si bien el trabajo elaborado por el IARSE en relación a esta temática, aplicada a las Cooperativas de Usuarios, ha procurado encarar este tema, el mismo a nuestro entender ha resuelto, con bastante certeza, los temas, que podríamos considerar externos de las cooperativas, pero no contempla toda la problemática, que es fundamental en estas entidades, como es el control democrático de los miembros, por citar el más evidente.

El cuadro que se ha elaborado, en el cual se comparan “Los siete principios cooperativos” con los “Las siete dimensiones de la Responsabilidad Social” son una clara evidencia, de que las similitudes entre ambas son escasas y más bien se transparentan las enormes diferencias entre unos y otros.

Si bien existen opiniones, de que no era necesario establecer el séptimo principio cooperativo, pues en su esencia las cooperativas se preocupan por la comunidad, no cabe duda que los resultados obtenidos, justifican plenamente esta decisión de la ACI, no solo por la función educativa que el mismo ha cumplido para muchos cooperativistas, sino también porque ha servido como motivador de realizaciones orientadas con este fin, y en lo específico de nuestra temática, es un punto más a analizar en la realización del Balance Social Cooperativo.

No cabe duda que la Alianza Cooperativa Internacional se ha preocupado, por el hecho de resaltar que las cooperativas vienen realizando desde hace muchos años, esto que se ha puesto tan de moda, como es la Responsabilidad Social Empresaria, y por lo tanto ha dedicado la declaración anual por el “Día Internacional de las Cooperativas” del año 2007 a este tema, resaltando determinados hechos trascendentes.

Consideramos que el Balance Social Cooperativo incluye en su esencia la Responsabilidad Social Empresaria, y todo lo que se pueda profundizar sobre esta temática es bienvenida, pero no creemos que la Responsabilidad Social Cooperativa reemplace al Balance Social Cooperativo, sino que puede enriquecerlo o complementarlo, por lo menos en la forma que ha logrado su desarrollo en la República Argentina.

Bibliografía

- ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL “Los Principios Cooperativos para el Siglo XXI” (Intercoop Editora Cooperativa Ltda. Enero de 1996)
- BIRCHALL Johnston “Los principios cooperativos, diez años después” (Revista de la Cooperación Internacional Volumen 38 N° 2 – 2005)
- CALLEJO, Alfredo Victorino “Cooperativas de Servicios Públicos. La Comunidad preocupada” (Revista de la Cooperación Internacional Volumen 31 N° 3 1998)
- CARR, Juan Carlos “Prologo de la primera edición de El Balance Social en las cooperativas. Evaluación sistemática del impacto social”
- CASTELLI, Blas José “Camino a la Economía Social” (Editorial Docencia de la Fundación Hernandarias 09/10/99)
- CRACOGNA Dante, “La Eficiencia Social de las Cooperativas y su Evaluación” y “El Balance Social de la Empresa”
- FERNANDEZ LORENZO Liliana – GEBA Norma – MONTES Verónica – SCHAPOSNIK Rosa “Balance Social Cooperativo Integral” Cuadernos IPAC de la Provincia de Buenos Aires – La Plata 1988
- IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria) “Indicadores de Responsabilidad Social para Cooperativas de Usuarios” Córdoba 2007
- KOSACOFF Bernardo, “Empresas, Estado y Sociedad. Una oportunidad para el diálogo” (Revista Tercer Sector, suplemento RSE)
- MARIÑO Manuel, “La Economía social y solidaria como ámbito empresarial (Revista de la Cooperación Internacional Volumen 35 N° 2 – 2002)
- MARTINEZ Gerardo F. – BIALAKOWSKY Alberto L. “El Balance Social en las cooperativas” – Evaluación sistemática del impacto social – Ediciones CGCyM – Buenos Aires 1984 y reedición 2007
- MASÓN Rubén A., “El Desafío de las Cooperativas” (Crecimiento Económico con Desarrollo Social – La experiencia cooperativa y el rol de sus empresas)
- RUDOLPH Philip, “Las empresas deben revalidar su permiso para actuar” (Diario La Voz del Interior)
- ROVELLA Alicia – ARELLA Felipe Rodolfo – “Diagnóstico y Evaluación Social en Cooperativas y Mutuales o Balance Social” – Documento de Trabajo Universidad de Belgrano – Buenos Aires 2005
- SALMINIS Javier Alejandro “Significados, alcances y perspectivas del sector de la economía social (Primer Encuentro FORO FEDERAL de Investigadores y Docentes)