

**IV° JORNADAS de ADMINISTRACION del NEA”**  
**“II° ENCUENTRO INTERNACIONAL de ADMINISTRACION de la REGION JE-**  
**SUITICO GUARANI”**

**“La Administración al servicio del desarrollo sostenible”**

**Posadas, 3 y 4 de septiembre de 2012.**

**Área B. Entidades Intermedias. Sub - área 4. Responsabilidad Social.**

**“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS COOPERATIVAS”.**

**Autores: María Laura Estigarribia Bieber (Autor), Sandra Natalia Umansky (Autor/  
Expositor) y Ana Lía Chitarroni (Autor/ Expositor).**

**Universidad Nacional del Nordeste.**

**Av. Las Heras N° 727, Resistencia, Chaco.**

**Te.: (+54) 362 426691, int. 141 o 135 y (+54) 362 154228500**

**mlestigarribia@eco.unne.edu.ar**

# LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS COOPERATIVAS

María Laura Estigarribia Bieber, Sandra Natalia Umansky y Ana Lía Chitarroni

## RESUMEN

En este trabajo se analizan comparativamente los valores y principios cooperativos con las actuales definiciones, áreas y dimensiones de la Responsabilidad Social, a efectos de determinar sus coincidencias y disidencias.

Constituye un estudio con abordaje cualitativo, de carácter descriptivo; una investigación pura, de corte exclusivamente teórico, cuyas unidades de análisis son, por un lado, los principios cooperativos y, por el otro, los de la RS, teniendo como variables su inclusión o no en el otro *ethos* bajo análisis, asumiendo valores de presencia o ausencia, respectivamente, en las doctrinas en estudio.

Se pretende identificar la naturaleza profunda del ideario cooperativo a través de los principios de la RS y su estructura dinámica, que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones, a través de los planteamientos teóricos.

Se ha podido determinar que la concepción de la Responsabilidad Social -incluida un poco tímidamente en la definición de los valores cooperativos realizada en el Congreso del Centenario de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), mediante la Declaración sobre la Identidad Cooperativa de 1995- difiere principalmente en el enfoque en cuanto a los destinatarios de la acción, al no incluir a todos los grupos de interés que influyen o pueden ser influidos por dichos entes.

**PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social – Cooperativas – Principios cooperativos – Tercer Sector - Sustentabilidad**

## INTRODUCCIÓN

El tema de la Responsabilidad Social (RS) constituye un tema de flagrante actualidad, por la difusión que ha adquirido en los últimos tiempos y el modo en que es incluido el giro en discursos, programas y proyectos; muchas veces sin tener una acabada conciencia de su significado y alcances.

Justamente, el problema que atrajo nuestra atención está relacionado con este último tema. Existe de parte de las cooperativas una declamación acerca de su gestión con aplicación de

RS, y ello resulta absolutamente coherente con la noción que todos poseemos acerca de estas organizaciones. Ahora bien, observamos ciertas discordancias entre los dichos y la actual concepción de la RS.

Dicha disociación entre “dichos” y “hechos” significó para nosotros un problema digno de estudio. Por tanto, nos hemos propuesto analizar de qué manera estaba previsto en los valores cooperativos el tema de la RS y si coincidía con sus actuales conceptos y alcances.

Definido el problema de estudio, nos trazamos como objetivo realizar un análisis crítico comparativo entre los valores y principios cooperativos y la definición actual de RS y las áreas que abarca, a fin de determinar la existencia de coincidencias y disidencias, tendiente a definir si, realmente, las cooperativas deben gestionarse con RS, en su actual dimensión.

Teniendo presente la trascendencia que actualmente tiene el accionar de las Cooperativas como entes relevantes en la economía social, hemos considerado interesante realizar el presente trabajo, para poner de manifiesto que los valores cooperativos definidos en consenso internacional en oportunidad del Congreso del Centenario de la ACI, mediante la Declaración sobre la Identidad Cooperativa del 23 de septiembre de 1995, si bien incluyen la Responsabilidad Social, no lo hace con el significado y dimensiones que actualmente se le atribuyen.

Vislumbrando la importancia de una aplicación real de esta última en la gestión de estas organizaciones, por sus proyecciones sociales y económicas, estimamos relevante la posibilidad de un informe que pusiera de manifiesto las carencias habidas, que podrían permitir la adopción de medidas de intervención que posibiliten una acción con mayor incidencia en los distintos grupos de interés que interactúan con dichos entes y que promuevan una mejor calidad de vida en la comunidad en que se desempeñan.

## **I.- MARCO TEÓRICO**

### **EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

La Responsabilidad Social de la Empresa o Responsabilidad Social Corporativa, como la denominan en Europa, tiene tantas conceptualizaciones como autores se refieren a ella; tal como afirma Sandra Benabiste, “No hay consenso en los distintos organismos internacionales que trabajan en torno al tema de la Responsabilidad Social Corporativa sobre una definición precisa del término” ...“A falta de definiciones expresas y consensuadas en torno al concepto de RSC, resulta más clarificador, de cara a entender y poder impulsar la RSC, el análisis de las áreas temáticas que abarca”, concluyendo que “...se trata de un concepto en desarrollo, no cristalizado. La mayoría de las instituciones internacionales esquivan elaborar una definición

del mismo, o cuando lo hacen, le brindan una dimensión puramente operativa. Además, muchas organizaciones adoptan un enfoque pragmático, equiparando el término RSC a otros conceptos relacionados, como sustentabilidad o ciudadanía corporativa” [1].<sup>1</sup>

La norma ISO 26000 conceptualiza a la Responsabilidad Social, en general, como la “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones” [2].

Consideramos trascendente esta definición atento al proceso llevado a cabo para el desarrollo de dicha norma, los arduos años de trabajo que la misma requirió y la participación igualitaria de los distintos grupos de interés que respetaron la equidad de género y de países de origen – desarrollados y subdesarrollados – en su participación; pero creemos que la misma resulta demasiado amplia y, por tal razón, se pierde la perspectiva del objeto que se quiere definir, dejándolo desdibujado y poco delimitado. Por ello, preferimos la definición brindada por el Instituto Ethos, de Brasil –por tener un carácter muy actual y resultar la más afín a nuestro pensamiento– que expresa que RSE es “[l]a forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales” [3].

El tipo de acciones referido implica iniciar las prácticas socialmente responsables a partir de las definiciones estratégicas de la empresa -tales como las de su visión y su misión- los productos y servicios que arrojen sus operaciones y hasta la publicidad que realice. Tales procesos deben ser pensados e imbuidos de valores éticos y las decisiones deben ser tomadas a partir de tales criterios, teniendo en consideración las consecuencias que el actuar de la empresa

---

<sup>1</sup> A modo de ejemplo de la diversidad de definiciones, citamos algunos organismos que han brindado un concepto de RSE, a nivel internacional: la Organización de las Naciones Unidas, a través del Pacto Global; la Comisión de las Comunidades Europeas de la Unión Europea, a través del denominado “Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas”; la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, mediante sus “Directrices”; la Global Reporting Initiative mediante su Guía de reportes de sustentabilidad; el World Business Council on Sustainable Development, CSR Europe, ISO, entre otros.

pueda llegar a tener sobre los derechos e intereses de las partes que pudieran ser afectadas; para lograr, en definitiva, *relaciones de valor* entre la empresa y sus distintos *stakeholders*.

## EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL CONCEPTO DE RSE

Las primeras miradas referidas a la relación empresa–sociedad fue la adoptada por los estudiosos del *management*, que podríamos denominar neoclásicos o *utilitaristas*, para quienes la contribución de la empresa a la sociedad se obtenía a través del mercado. En este enfoque, la empresa se convierte en un ente eminentemente económico, que debe satisfacer las expectativas de sus accionistas, respetando la ley. Afirma, en este sentido, Friedman: “la única responsabilidad social de la empresa es aumentar sus ganancias” [4]. Esta corriente parte de la confrontación entre la empresa y la sociedad en la que opera; resulta un enfoque “asistémico” para el cual la utilización de recursos para fines extraeconómicos constituiría un “robo” a los accionistas, que invirtieron su capital en busca de ganancias.

Por otra parte, los primeros intentos de RSE tuvieron un neto tinte filantrópico, se manifestaban a través de acciones que contribuían a mejorar la imagen de una persona, generalmente, el “propietario” de la empresa, que realizaba donaciones aisladas para fines altruistas. Más tarde –con este mismo criterio filantrópico– se trataba de enaltecer la imagen, no ya de una persona, sino de una empresa que realizaba donaciones; pero con el agravante de que éstas eran requeridas al consumidor, a través de sus adquisiciones de bienes y servicios, con parte de las cuales se daban recursos a determinadas entidades de beneficencia<sup>2</sup>. De esa manera, se transfería el sentido de responsabilidad al consumidor<sup>3</sup>. Dentro de esta misma corriente filantrópica, otra estrategia fue la creación de fundaciones con miras al bienestar general pero, de alguna manera, *desconectadas*, si se quiere, al quehacer de la empresa que apadrinaba a la fundación.

Todas estas acciones de beneficencia estaban desligadas de las estrategias y tácticas de las empresas y, al estar tan dissociadas del negocio, significaban un costo más que una inversión.

Luego, surge una visión más *sistémica* de la RSE, que radica en considerar a la empresa como un “ciudadano” que tiene sus deberes cívicos y al operar en una sociedad, a través de los procesos que lleva a cabo, debe responder por las consecuencias y los efectos que dichos procesos producen en ella. La RSE se torna así, en una *licencia para operar*, que debe conseguir la empresa, para no sufrir las quejas y *molestias* que podrían generar las opiniones y acciones de sus grupos de interés, en su trayecto económico.

---

<sup>2</sup> Es dable señalar que esta técnica, lamentablemente, sigue teniendo vigencia en algunas empresas.

<sup>3</sup> Este tipo de prácticas se denominan “marketing con causa”.

Esta visión se centra, solamente, en una de las caras de los problemas sociales a los que la empresa puede hacer frente: los impactos sociales de la cadena de valor; pero deja de lado otras cuestiones que hacen a la competitividad de la empresa en el mercado, tales como las restricciones que pueden afectar al mercado donde opera, el acceso a recursos de todo tipo y la clase de consumidores –con sus deseos y necesidades– existentes en la comunidad donde desarrolla su accionar. Por otra parte, genera un alto riesgo, al dejar las decisiones de RSE en agentes externos a la empresa.

Ya en este estadio, empieza a surgir la noción de *stakeholders*, como grupos de interés que pueden afectar o ser afectados por las operaciones de la compañía. Aquí comienza una noción netamente sistémica del análisis empresarial, en relación a la Responsabilidad Social que le cabe a cada organización.

A partir de esta visión, podemos analizar a la empresa concatenada con la comunidad en la que opera, teniendo en cuenta su área de influencia y los problemas sociales que puede solucionar o ayudar a paliar.

## **ÁREAS QUE ABARCA LA RSE**

Cabe aclarar aquí también que los distintos organismos que, a nivel mundial, estudian la RSE adoptan diferentes metodologías a la hora de definir sus dimensiones, pero todos ellos coinciden básicamente en los temas o áreas que abarca nuestro objeto de análisis, desagregando más o menos en temáticas relativas a la protección de los derechos humanos, derechos y prácticas laborales, transparencia, gobierno corporativo, cuidado del ambiente y relaciones con la comunidad.

Tomamos para este análisis las dimensiones definidas por el PLARSE (Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresaria), en su Guía de Autoaplicación de Indicadores, versión 2.0, por resultarnos ilustrativa y actual.

Esta guía divide a los indicadores de Responsabilidad Social en siete dimensiones que desarrollaremos a continuación.

### **Valores, transparencia y gobierno corporativo**

En esta dimensión se incluye la incorporación de conductas valoradas positivamente desde el punto de vista ético; desde las primeras declaraciones estratégicas de la empresa como la visión y la misión y su construcción o reformulación en un diálogo constante con los *stakeholders* internos y externos más importantes de la empresa. En su evolución, podrá alcanzarse el dictado de un Código de Conducta, a ser revisado periódicamente por las partes interesadas.

En relación a la transparencia, el Diccionario de la Real Academia Española, la define como cualidad de “claro, evidente, que se comprende sin duda ni ambigüedad” [5]. Implica crear un ambiente de trabajo donde las diferentes cuestiones conflictivas puedan ser tratadas, hay disponibilidad para brindar información y para escuchar las diferentes opiniones, así como se comuniquen todas las decisiones trascendentes y se explique su relación con los valores éticos adoptados por la organización.

El tema del gobierno corporativo está relacionado con la transparencia en el manejo de la información y se traduce en mecanismos e instrumentos de gestión que permiten conocer cómo se dirigen, se organizan y se controlan las organizaciones. Básicamente tienden a resolver los *problemas de agencia*,<sup>4</sup> los fraudes, las dificultades en el control y las derivadas de crisis de confianza por pérdidas de valor en el capital social imprevisibles.

“El Gobierno Corporativo (GC) tiene en cuenta todas las relaciones entre la administración de la empresa, sus directivos, sus accionistas y demás agentes económicos que mantengan algún vínculo o interés en la empresa, por tanto el GC también provee la estructura a través de la cual se establecen los objetivos de la empresa, los medios para alcanzar estos objetivos, así como la forma de hacer un seguimiento a sus operaciones y a su desempeño en general” [6].

Las políticas de gobierno corporativo tienen que ver con la existencia de un órgano de administración cuyos miembros sean evaluados periódicamente en cuanto a su actuación, así como de políticas explícitas para promover tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios; así también, incluye la presencia de un órgano de auditoría externa respecto a la información financiera, social y ambiental brindada por la organización.

Otra cuestión vinculada al principio de transparencia tiene que ver con las relaciones con la competencia. La empresa socialmente responsable deberá seguir las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, respetando las disposiciones legales existentes al respecto, establecer reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal, combatiendo la formación de *trusts* y cárteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial.

En todas las cuestiones vinculadas a la RSE resulta de vital importancia el diálogo con los grupos de interés, lo que implica conocer los dilemas específicos y atributos de cada uno de ellos, estableciendo canales de diálogo formal con los mismos con el fin de evitar y paliar los

---

<sup>4</sup> Inconvenientes que surgen entre la separación de la propiedad del capital de la empresa (capital social) y el control del mismo por agentes distintos: los socios o accionistas, por un lado, y los gestores o administradores, por el otro.

impactos socioambientales negativos que la organización produce y optimizar los impactos positivos de la relación.

Por último, en relación al principio de transparencia, se encuentra la comunicación de las políticas de RSE y sus resultados, a través de lo que se denomina Reporte de Sostenibilidad o Balance Social.

Estos informes se basan en el principio de la *triple cuenta de resultados*, por lo que la empresa socialmente responsable, además de la información económico-financiera (como la que surge de sus estados contables), también debe rendir cuentas de sus resultados sociales y ambientales. “El principal objetivo de las memorias de sostenibilidad es proporcionar una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de desarrollo sostenible por parte de la organización informante, e incluirá tanto contribuciones positivas como negativas. En consecuencia, constituyen el principal referente informativo sobre el impacto económico, medioambiental y social de una organización” [7].

### **Público interno**

La dimensión *público interno* incluye temas relativos al diálogo y participación de los trabajadores, respeto al individuo y al trabajo decente.

Las cuestiones relativas a esta dimensión son de carácter muy amplio por lo que, a los fines de este trabajo, sólo las mencionaremos, pues no pretendemos ser exhaustivos en su exposición. Aquí podremos encontrar, además de lo concerniente a la interacción individual con los trabajadores, las cuestiones relativas a las relaciones con los sindicatos y asociaciones de trabajadores, lo fundamental resulta la creación de un espacio dentro de la empresa para que los trabajadores ejerzan sus derechos gremiales y el diálogo permanente e institucionalizado con las asociaciones de trabajadores vinculadas con la empresa.

Otra cuestión esencial a la RSE, en su dimensión público interno, es la relativa al trabajo infantil que debe estar prohibido, promoviéndose la formación escolar de los niños, así como el desarrollo de competencias técnicas y psicosociales, estimulando la réplica de estas prácticas en toda la cadena productiva.

La empresa socialmente responsable considera la cuestión de la protección a la maternidad y a la niñez como un derecho y contribución fundamental al desarrollo de las generaciones presentes y futuras.

También en relación con la dimensión en tratamiento, se encuentra el tema relativo a la valoración de la diversidad y lucha contra la discriminación, la inclusión de personas con capacidades especiales y el tratamiento de la apariencia física.



Además, la empresa socialmente responsable debe asumir un compromiso con la promoción de la equidad de género. Por otra parte, se tiene en cuenta la relación con los trabajadores subcontratados o tercerizados. En este sentido, la empresa debe velar por el cumplimiento de las leyes laborales por parte del empleador principal, propender a que éste cumpla con sus propias responsabilidades sociales y, si es posible, ofrecerle las mismas condiciones de salud, seguridad y acceso a prestaciones básicas que tienen los empleados regulares.

Resulta también trascendente en esta dimensión la política salarial de la empresa; ésta deberá respetar la legislación relativa al salario, así como los convenios colectivos de trabajo vigentes, pero además deberá valorar las competencias potenciales de los trabajadores, estimulándolos por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional.

Otra cuestión que es necesario tener en cuenta en relación a los trabajadores es la relativa a la salud, seguridad y condiciones laborales; para ello, la empresa deberá contar con indicadores destinados a alcanzar y, si es posible, superar los estándares de aplicación en la materia, desarrollando también campañas de capacitación y encuestas de satisfacción al personal sobre este tema.

También resulta crucial a la RS que la empresa brinde capacitación continua a todos los niveles jerárquicos de la organización, ofreciendo becas u otras ayudas similares para la adquisición de conocimientos con impactos positivos en la empleabilidad de sus trabajadores. En este sentido resulta fundamental la capacitación para el desarrollo en valores y ética.

En otro orden, la empresa socialmente responsable debe serlo también ante una situación de despido y, sobre todo, cuando la desvinculación afecta a un grupo relativamente importante de trabajadores. Debe adoptar políticas y procesos de despido que permitan que se tomen decisiones basadas en evaluaciones de competencia técnica, psicológica y de conducta; que garanticen la impersonalidad de la decisión. Además de eso, en el caso de despido en masa, analizar indicadores socioeconómicos (edad, estado civil, número de familiares a cargo, etc.) para orientar las prioridades, financiando, en lo posible, la recapitación del ex trabajador. Además, la empresa debe preparar a sus empleados para la jubilación.

### **Medioambiente**

La dimensión medioambiental de la RS resulta de vital importancia y comprende tanto la responsabilidad con las generaciones futuras en virtud del concepto de desarrollo sustentable, como el gerenciamiento del impacto ambiental derivado de su accionar.

En este sentido, la empresa deberá cumplir rigurosamente con los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, desarrollar programas internos de mejoramiento ambiental, priorizando las políticas preventivas.

Otra cuestión que la empresa debe implementar es la relativa a la educación y capacitación en la problemática ambiental tanto de sus trabajadores, como de sus familias, proveedores, consumidores y la comunidad local, así como la asociación estratégica con organizaciones de la sociedad civil que se dediquen a la difusión y formación en esta causa, promoviendo asimismo conductas sustentables, el consumo responsable -especialmente de recursos como el agua y la energía- la reutilización, el reciclaje y la reducción en el uso de todo tipo de recursos.

Por otra parte, la empresa debe realizar estudios de impacto ambiental y centrar el foco de su acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y riesgo a la seguridad de sus empleados; además, tiene que desarrollar acciones para prevenir los principales impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, y realizar regularmente actividades de control y monitoreo, adoptando sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados que incluyan una amplia identificación de riesgos, plan de acción, destino de recursos, entrenamiento de empleados y auditoría.

Resulta fundamental para la gestión medioambiental responsable minimizar la entrada de insumos y reducir la salida de residuos en los procesos de agregación de valor de la empresa; para ello, deberá invertirse en la actualización de los estándares tecnológicos, siendo necesario medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos al respecto.

### **Proveedores**

La relación con los proveedores resulta vital para la gestión de la RSE; en este sentido, la empresa debe fijar criterios de selección y evaluación, estableciendo normas que incluyan criterios específicos de responsabilidad social, como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción de estándares ambientales, recogiendo evidencias acerca del cumplimiento de estas normas.

Además, la empresa debe apoyar al desarrollo de sus proveedores, sobre todo los de igual o menor porte. Para ello, debe negociar con transparencia y establecer relaciones contractuales con base tan sólo en criterios comerciales, manteniendo relaciones duraderas y utilizando criterios de negociación que contemplen el crecimiento futuro de aquellos, estimulando y facilitando, además, su compromiso en proyectos sociales y ambientales.

### **Consumidores y clientes**

En cuanto a su política de comunicación comercial, la empresa socialmente responsable debe respetar la legislación de defensa al consumidor, alineándola a sus valores y principios declarados, asumiendo una actitud que genere una cultura de responsabilidad y transparencia en sus consumidores y demás *stakeholders* implicados.

También, debe poseer un servicio de atención al cliente enfocado en la información y la solución de problemas y demandas individuales, orientando sobre los procedimientos adecuados; además, debe incluir procesos de búsqueda de las causas de los problemas y la utilización de esas informaciones para perfeccionar la calidad de los productos y servicios, promoviendo la mejora continua de su atención y priorizando el diálogo y el compromiso de los grupos de interés en el proceso.

En otro orden, la empresa debe realizar regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulgar tales informaciones, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando se detectan riesgos de fallas. Debe proveer, también, informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes, considerando los valores y principios de la empresa, el desarrollo sostenible y la ética como dimensiones importantes en la concepción o reformulación, fabricación y venta de sus productos o servicios prestados.

### **Comunidad**

La relación con la comunidad resulta muy trascendente en lo que hace a la RSE. Una cuestión vital de este aspecto es la relacionada con los impactos sociales de la cadena de valor de la empresa; en este sentido, la empresa no sólo debe ser consciente de los efectos que provoca o puede provocar en la sociedad, sino que debe escuchar sus reclamos -incluso anticiparse a ellos- e informar al público externo sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, involucrando a la comunidad en la resolución de los problemas. Resulta conveniente mantener comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorear sus *huellas sociales*.

Interesan aquí también las contribuciones de la empresa con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad -viviendas, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.-, las prácticas de compra y de inversiones para contribuir con el desarrollo socioeconómico de la comunidad en la que está presente y la relación de la empresa con los pueblos originarios, en caso de actuar en zonas limítrofes con comunidades y reservas indígenas.

Resulta de vital interés la relación de la empresa con organizaciones locales tales como ONGs y Centros Públicos -escuelas, puestos de salud, etc.- presentes en su entorno. Aquí es intere-

sante analizar la participación de la empresa en la elaboración e implementación de proyectos conjuntos, manteniendo asociaciones a largo plazo y, de ser posible, capacitando a los liderazgos involucrados, buscando influenciar políticas públicas, para maximizar su contribución con el desarrollo local.

Otra cuestión trascendente es el financiamiento de la acción social de la empresa; que debe estar basado en un programa social estructurado, que cuente con un mecanismo propio para la generación de ingresos, estando asegurada su continuidad a largo plazo.

### **Gobierno y Sociedad**

En esta dimensión cobran relevancia las contribuciones de la empresa a campañas políticas de candidatos a cargos públicos o partidos políticos, si la decisión de financiamiento es tomada de forma transparente -por medio de políticas escritas, del código de conducta y/o declaración de valores, etc.-, permitiendo el acceso de los grupos de interés a las informaciones, y requiriendo del financiado la respectiva comprobación y registro de la donación, promoviendo también campañas de concientización política, ciudadana e importancia del voto involucrando a todos los empleados y otros *stakeholders*.

La empresa puede trabajar en la construcción de ciudadanía, desarrollando periódicamente actividades de educación para el electorado y permitiendo la libre discusión e intercambio de informaciones sobre temas políticos, promoviendo o apoyando por medio de alianzas, la organización de debates, foros de discusión con candidatos a puestos públicos, con el objetivo de asegurar el voto consciente y trabajando en la lucha contra la corrupción dentro de su municipio.

Además, en la relación con autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos los niveles, la empresa debe prohibir favorecer en cualquier tipo de acción a agentes del poder público, asumiendo un compromiso público de combate a la corrupción y al cohecho.

En sus relaciones con la comunidad, la empresa socialmente responsable debe ejercer liderazgo e influencia social, participando activamente y contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter socioambiental, en diálogo con autoridades públicas para su adopción. Debe involucrarse además junto con instituciones educativas del medio en la elaboración de propuestas para la mejora de la calificación de la mano de obra del sector en el que actúa, así como estimulando y patrocinando proyectos de desarrollo de investigación y tecnología en alianza con la comunidad académica y científica.

Definidas estas áreas, resulta claro que la RSE implica un modelo de gestión integral de la organización que implica el diálogo y consenso con todos los grupos de interés de una empresa, basado en principios éticos muy marcados, que implican el cumplimiento de la normativa legal vigente, pero excede este marco jurídico para gestionar los impactos que ésta produce en la comunidad.

## **NOCIONES GENERALES SOBRE COOPERATIVISMO**

El movimiento cooperativo moderno, como se lo conoce actualmente, tiene sus orígenes en Inglaterra en el siglo XVIII, podría decirse como respuesta a los efectos de la Revolución Industrial. Ésta generó nuevas empresas lo que significó demanda de mano de obra, movimiento de la población de zonas rurales a zonas urbanas que comenzaban a formarse, creó un nuevo reordenamiento social. El crecimiento de las empresas no iba en consonancia con el beneficio de la población obrera. La Revolución Industrial trajo aparejado efectos que perjudicaban a los trabajadores: extensas jornadas laborales, en condiciones marginales y mal remuneradas, empleo de manera abusiva a las mujeres y los niños, crecimiento del desempleo, subocupación, frente a la prosperidad empresaria.

“El individualismo y el liberalismo de los filósofos del siglo XVIII significaron, en la práctica y en la doctrina económica, el principio de la libre concurrencia, el del dejar hacer y dejar pasar. Esto condujo a una nueva organización de la vida económica, al capitalismo moderno. Esta nueva organización se caracteriza por el predominio de la empresa capitalista, es decir de una forma de explotación, en que la actividad no está determinada por las necesidades bien establecidas de una persona o grupo de personas, desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo, sino que se propone la valorización del capital, es decir su reproducción con beneficio”. [8]

En este período, en distintos países de Europa, comienza a cobrar relevancia entre los trabajadores el pensamiento de los denominados *precursores del movimiento cooperativo moderno* como Robert Owen en Gran Bretaña, Luis Blanc en Francia, Friedrich Raiffeisen, y Herman Schulza Delitzsch en Alemania, todos ellos concebían una sociedad más equitativa.

Robert Owen dirigió la Gran Hiladería de New Lanark en Escocia y desde ese rol logró reducir las jornadas laborales, consiguió legislación limitativa para el trabajo de mujeres y niños, fundó colonias comunitarias a las que llamó “aldeas cooperativas” y fundamentalmente las cooperativas de trabajo.

Louis Blanc (1812- 1882) basó su sistema cooperativo en la formación de grupos de producción, en la creación de “talleres sociales” o sociedades obreras, pero no en la creación para la industria pequeña o artesanal, sino para la gran industria.

Hermann Schulze – Delisch (1808 – 1883), contribuyó a la organización de las cooperativas de crédito, fundamentalmente en Alemania. Dichas entidades estaban destinadas a pequeños comerciantes, habiendo formado más de mil novecientas a lo largo de su vida.

Pero fue en 1844, en Rochdale – Inglaterra, que veintiocho tejedores de la franela, recordando las ideas y experimentos de Robert Owen, formaron la primera cooperativa en sentido moderno. Crearon un almacén comunitario que proveería a sus socios mercaderías de buena calidad y precio justo, y el excedente de existir se distribuía a prorrata del consumo. Este último aspecto fue, y es, uno de los elementos que diferencia a las cooperativas de las empresas privadas.

Fueron estas veintiocho personas sentaron base en la definición y aplicación de principios basados en valores como: honestidad, respeto, solidaridad y ayuda mutua, atribuyéndose a uno de ellos, Charles Howarth, la redacción de los principios fundamentales, que luego se denominaron *las reglas de oro de la cooperación*:

- a) En las cooperativas de consumo debe venderse al contado y a los precios de plaza.
- b) Debe devolverse el sobrante o excedente a prorrata del consumo.
- c) Debe concederse un voto a cada socio para realizar así dentro de la sociedad los principios democráticos.
- d) Debe acordarse un dividendo reducido al capital.

Como sostuvo, Charles Gilde, “el sistema cooperativo no ha salido del cerebro de un sabio, ni de un reformador, sino de las entrañas mismas del pueblo”. [9]

Desde sus orígenes en Rochdale, las cooperativas, aunque con diferentes objetos y modalidades en su implementación, crecieron en números países de Europa durante el siglo XIX y se extendieron al resto del mundo durante el siglo XX.

El movimiento cooperativo fue creciendo y organizándose de tal manera que en el año 1895 se funda la Alianza Cooperativa Internacional (en adelante ACI), organización no gubernamental que reúne a cooperativas de diferentes países de todos los sectores de actividad: bancarias, agrícolas, de crédito y ahorro, vivienda, salud, industriales, de seguro, turismo, consumo, servicios sociales, servicios públicos, entre otras.

A través de los años, la ACI ha llevado a cabo amplias revisiones a los principios de Rochdale que brindaron una formulación de los mismos identificando a las cooperativas de todo el

mundo. La primera de ellas se llevó a cabo en 1937 en París, la segunda en 1966 en Viena y finalmente, en 1995 en el Congreso Centenario de la ACI realizado en Manchester, donde no sólo se abocó a la revisión de los principios, sino también, a la definición de una cooperativa y un listado de los valores cooperativos básicos.

“Estas revisiones periódicas de los principios son una fuente de energía para el movimiento cooperativo. Demuestra de qué manera ha de aplicarse el pensamiento cooperativo en un mundo cambiante, sugieren de qué forma las cooperativas pueden organizarse para hacer frente a nuevos desafíos; involucran a los cooperativistas del mundo entero en la revisión de los propósitos básicos de su movimiento.” [10]

Resulta sumamente importante el Documento aprobado en 1995, porque brinda una clara definición de las cooperativas, identificando las características fundamentales de las mismas que permite diferenciarlas de otras formas de empresas, resultando válida para las cooperativas de todo el mundo, más allá del objeto de las mismas.

## **DEFINICIÓN DE COOPERATIVA**

*“Una Cooperativa es una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta democráticamente gestionada”.* [11]

La definición se refiere, en primer término, a una *asociación de personas*, que pueden ser individuales o colectivas. El vocablo asociación generalmente se lo relaciona a una reunión de personas que persiguen el bien común frente a otros entes que persiguen fines de lucro, como las sociedades comerciales en la Argentina. No obstante, se interpreta al analizar el concepto en su conjunto, que se utiliza con el fin de resaltar la importancia que se da al sujeto por sobre sus aportes económicos.

También manifiesta la necesidad de ser *autónomas*, independientes en la toma de decisiones, libres en sus resoluciones y definición de los cursos de acción. Esta autonomía que no busca aislar a las cooperativas en sus relaciones con otros entes, sino que pretende preservar su libertad en los órganos de gobierno y gestión, con respecto a empresas del sector privado, el Estado y partidos políticos.

En la Argentina, sobre todo en estos últimos años, existe una estrecha relación entre el Estado y las cooperativas, en lo que respecta a la dependencia económica, lo cual pondría en peligro este principio cooperativo.

En cuanto a *satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes*, cabe preguntarnos sobre la forma de organizar la actividad para definir y satisfacer las necesidades aludidas, al respecto el cooperativista sueco Sven Ake Böök, responde: “No es necesario decir el cooperativismo implica sistemas económicos eficientes. A veces el eslogan “cooperativas para servir, no para generar utilidades” es una excusa para la ineficiencia económica. Nada podría ser más equivocado. El sistema cooperativo se construye con los escasos ahorros de las personas, a menudo relativamente pobres. El sistema tiene la responsabilidad especial de economizar esos recursos. Al mismo tiempo, las cooperativas deben considerar cuidadosamente las implicaciones de “eficiencia económica”, y usar métodos consistentes con los valores cooperativos.”[12]

Por lo tanto, las cooperativas deben satisfacer necesidades de los socios pero sin desatender la administración eficiente de los recursos con los cuales realiza las actividades y logra los objetivos de las mismas. En ocasiones, las cooperativas priorizan las necesidades particulares de los socios descuidando la institución, éstas tienden a volverse ineficientes en la administración de los recursos, y por ende a desaparecer.

Como se ha mencionado, en Manchester, también se elaboró una lista de los valores considerados básicos para las cooperativas, nos referiremos más adelante a éstos, al relacionarlos con la RS.

## **LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS**

Los principios cooperativos son pautas generales por medio de las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores:

### **1° Asociación voluntaria y abierta**

*Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de asociarse, sin discriminaciones raciales, políticas, religiosas, sociales o de género.*

### **2° Control democrático por los socios**

*Las cooperativas son organizaciones democráticamente gestionadas por sus socios, quienes participan activamente en la fijación de políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos como representantes son responsables ante los socios. En las cooperativas primarias los socios tienen iguales derechos de voto (un socio, un voto) y las cooperativas de otros niveles se organizan asimismo en forma democrática.*

### **3° Participación económica de los socios**



*Los socios contribuyen equitativamente a la formación del capital de su cooperativa y lo gestionan democráticamente. Por lo general, al menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa. Los socios suelen recibir una compensación limitada, si acaso alguna, sobre el capital suscrito como condición para asociarse. Destinan los excedentes a todos o alguno de los siguientes fines: el desarrollo de la cooperativa, posiblemente mediante la constitución de reservas de las cuales una parte al menos debe ser indivisible; la distribución a los socios en proporción a sus operaciones con la cooperativa; y el apoyo a otras actividades aprobadas por los socios.*

#### **4° Autonomía e independencia**

*Las cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda gestionadas por sus socios. Si intervienen en acuerdos con otras organizaciones, incluidos los gobiernos, o captan capital de fuentes externas, lo hacen en términos que aseguran el control por parte de los socios y mantienen su autonomía cooperativa.*

#### **5° Educación, capacitación e información**

*Las cooperativas brindan educación y capacitación a sus socios, representantes elegidos, administradores y empleados, de manera que puedan contribuir efectivamente al desarrollo de ellas. Informan al público en general, particularmente a los jóvenes y a los líderes de opinión, acerca de la naturaleza y los beneficios de la cooperación.*

#### **6° Cooperación entre cooperativas**

*Las cooperativas sirven más efectivamente a sus socios y fortalecen al movimiento cooperativo trabajando mancomunadamente a través de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.*

#### **7° Preocupación por la comunidad**

*A la vez que atienden las necesidades de sus socios, las cooperativas trabajan en pro del desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por aquéllos.*

El movimiento cooperativo ha ido cambiando y adaptándose a las necesidades que impone el entorno, sin embargo todos los cambios han respetado y fortalecido la idea del respeto de todos los seres humanos y la creencia del mejoramiento económico y social mediante la ayuda mutua.

Las cooperativas para formar parte o afiliarse a la ACI deben incorporar expresamente en sus estatutos estos principios.

En la Argentina, las cooperativas para funcionar, se rigen por lo establecido en el marco normativo vigente, Ley 20.337, que contempla en su articulado disposiciones que se adecuan a

los principios definidos en Manchester. Por lo tanto, todas las cooperativas podrían afiliarse al ACI, con excepción de las cooperativas de crédito que opten por repartir sus excedentes en proporción al capital aportado.

Tal es la importancia, en cuanto a la contribución en el desarrollo económico y social promoviendo la participación de todas las personas, de esta forma de organización, que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha Declarado al 2012 como año Internacional de la Cooperativas, y resalta la contribución de éstas al desarrollo económico y social, especialmente su impacto en la reducción de la pobreza, la creación de empleos y la integración social, bajo el lema “Las empresas cooperativas ayudan a construir un mundo mejor.”

En la Resolución aprobada por Asamblea General 64/136 de la ONU -Las cooperativas en el desarrollo social- se reconoce que “las cooperativas, en sus distintas formas, promueven la máxima participación posible de todas las personas en el desarrollo económico y social, incluidos las mujeres, los jóvenes, las personas de edad, las personas con discapacidad y las personas indígenas, son cada vez más un factor clave del desarrollo económico y social y contribuyen a la erradicación de la pobreza”. [13]

Al respecto, Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas menciona: “Con su distintivo énfasis en los valores, las cooperativas han demostrado ser un modelo empresarial versátil y viable, que puede prosperar incluso en épocas difíciles. Su éxito ha contribuido a impedir que muchas familias y comunidades caigan en la pobreza”. [14]

La ONU en el Año Internacional de las Cooperativas pretende tres objetivos principales:

1. *Crear mayor conciencia* del público sobre la contribución de las cooperativas al desarrollo económico y social, y al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.
2. *Promover el crecimiento* de cooperativas, compuestas de personas e instituciones, para abordar sus necesidades económicas mutuas, además de lograr una plena participación económica y social.
3. *Establecer políticas adecuadas* alentando a los gobiernos y organismos reguladores a implementar políticas, leyes y normativas que propicien la constitución y el crecimiento de las cooperativas.

## **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS VALORES COOPERATIVOS**

Los valores cooperativos fueron definidos en consenso internacional en oportunidad del Congreso del Centenario de la ACI, mediante la Declaración sobre la Identidad Cooperativa del 23 de septiembre de 1995, aunque la doctrina se había ocupado de ellos, con menor o mayor

precisión, desde los años treinta<sup>5</sup>. Ese trabajo comenzó formalmente en el XXIV Congreso de la ACI de Estocolmo en 1988, con el informe de Lars Marcus “Cooperativas y valores básicos”, haciendo una llamada a la identidad cooperativa, a través de principios basados en valores básicos que los fundamentan.

“El informe de Lars MARCUS no trata de ser un documento formal como los elaborados por las Comisiones de la Alianza al objeto de proponer una modificación de los principios, sino que él mismo declara dos intenciones en orden a crear un clima de interés y participación, argumentando y provocando pero sin dar respuesta final, la primera, y en orden a que el propio Congreso sienta la necesidad de abordar de nuevo el tema de los principios cooperativos dados los cambios que sufre el mundo, la segunda” [15].

En el Congreso de Manchester se aprueban dos documentos: la Declaración sobre la Identidad Cooperativa y el Informe, como documento de referencia acerca de la primera. La Declaración comienza con una definición de cooperativa, para luego precisar los valores y por último conceptualizar los principios y el Informe realiza un análisis pormenorizado de estas enunciaci-ones. En relación a los valores, se distinguen en dos tipos: los básicos u operativos como la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad, que son los que fundamentan el ideario cooperativo, y los valores éticos, que hacen a la tradi-ción de los fundadores, como la honradez, la transparencia, la responsabilidad social y la pre-ocupación por los demás. Estos últimos, según aclara el propio Informe, pueden estar presen-tes también en actividades de otras organizaciones no cooperativas, privadas o públicas “pero son particularmente sólidos e innegables en la empresa cooperativa” [16].

Es dentro de este segundo grupo que encontramos a la RS. La Declaración simplemente la menciona y el Informe la involucra con las relaciones especiales que mantienen las cooperati-vas con la comunidad. En este sentido, se destaca la apertura de estas organizaciones a la par-ticipación de los miembros de la sociedad y a una forma de asistencialismo superador en el que las cooperativas asumen el compromiso de asistir a las personas para que se ayuden a sí mismas. Menciona el documento de referencia que las cooperativas han “heredado tradiciones de preocupación por la salud de los individuos en las comunidades” [17] y extienden la RS a todas sus actividades, en el cuidado de los demás a través de contribuciones en recursos humanos y financieros a su entorno, concluyendo en que “[e]sta es una tradición que debería enorgullecer a los cooperativistas y refleja un valor en el que deberían poner acento”. [18]

---

<sup>5</sup> Son de destacar autores como William Pascoe Watkins (1986) y Hans H. Münkner (1988).

A pesar de ello, debemos notar que, en los hechos, -y para no pecar de ingenuos- no todas las cooperativas son socialmente responsables ni se gestionan a través de los principios cooperativos. “¡Cuántas cooperativas en el mundo entero han tenido a su disposición una buena ley, magníficos estatutos, apropiado financiamiento, comercialización segura de los bienes y servicios que producen, etc.! y sin embargo han fracasado por el factor humano, por las rivalidades internas, por la incomprensión reinante entre los socios, por el prurito de ser directivo de por vida, por las mutuas agresiones, por los odios, la codicia, las envidias, por la búsqueda de fama y poder a cualquier costo, aun por las tensiones nerviosas excesivas y sin control, generadoras de graves enfrentamientos entre los socios y que tanto dañan a la empresa” [19].

### **LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS Y LA RSE**

Recordemos, los principios cooperativos formulados en Manchester -1995 son siete: 1° Asociación voluntaria y abierta; 2° Control democrático por los socios; 3° Participación económica de los socios; 4° Autonomía e independencia; 5° Educación, capacitación e información; 6° Cooperación entre cooperativas y 7° Preocupación por la comunidad.

Los cuatro primeros principios se relacionan con la dinámica interna de las cooperativas, y los tres restantes se relacionan con la gestión interna y externa.

Si analizamos los principios cooperativos y los de RSE podemos realizar un paralelismo entre ambos y encontrar aspectos semejantes. Sin embargo, los cuatro primeros exceden al marco de la RSE y son distintivos de este tipo de organizaciones.

Es importante recordar que la RSE se puede incorporar y aplicar en etapas y a través de procesos graduales. En cuanto a los principios cooperativos, el Documento de Referencia menciona: “*los principios que constituyen el corazón de las cooperativas no son independientes unos de otros. Están unidos por tenues lazos y cuando se ignora a uno los otros se resienten*”.

[20]

Lo expresado no pretende establecer un marco rígido para las cooperativas, sino uno flexible que permita analizar la actuación de las mismas en su conjunto, si éstas respetan el espíritu de los valores y principios definidos.

Hemos hecho esta aclaración porque al decir que los cuatro primeros son distintivos de este tipo de organizaciones no se pretende aislarlos de los tres restantes, sólo realizamos esta precisión a efectos de relacionar los principios cooperativos con los de la RSE.

Expresamos que los cuatro primeros exceden al marco de la RSE porque el primero de ellos hace referencia a la posibilidad de una persona de ingresar y salir libremente de una coopera-

tiva. Los sujetos no deben ser obligados a ingresar o salir de una cooperativa, es un acto voluntario, lo que no implica un ingreso irrestricto de socios, sino que el límite está dado por la actividad que realiza la cooperativa, o sea el tipo de socios que requiere, de acuerdo al servicio que preste y las dimensiones de la cooperativa, en cuanto a la capacidad de recibir nuevos socios. También prohíbe las discriminaciones raciales, políticas, religiosas, sociales o de género.

Si bien uno de los indicadores de RSE del PLARSE contempla, con respecto al público interno de las organizaciones, el respeto al individuo: compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial, y de género, aquí cabe una primera distinción; los principios cooperativos se esbozan para los asociados -que revisten en ocasiones la calidad empleados, proveedores, clientes, consumidores, etc.- por lo tanto, contempla a todos los grupos de interés y el aspecto mencionado se encuentra orientado al público interno, o sea a aquellas personas que trabajan en una organización en relación de dependencia.

El segundo principio, diferencia claramente a este tipo de organizaciones de las sociedades comerciales y de las empresas del sector privado en general. Las cooperativas son gestionadas por sus asociados y las funciones de administración y control deben ser ejercidas por socios de la cooperativa. La gestión democrática por los socios, comprende el concepto conocido como “un hombre – un voto”, porque a cada socio le corresponde un sufragio, independientemente del monto de capital aportado. De esta manera, se garantiza la participación de todos, y se evita que la voluntad social sea ejercida por una o pocas personas.

El tercer principio hace referencia a la posibilidad de recibir una compensación limitada sobre el capital; limitada porque el aporte que realizan los socios no es para obtener una renta, sino la prestación de un servicio. Asimismo, hace referencia al elemento más trascendente, la distribución del excedente en función a las operaciones con la cooperativa. Nuevamente, se prioriza al socio y a la cooperativa ante otros intereses, porque el retorno se realiza en función del trabajo (operaciones realizadas), y no al capital aportado.

El cuarto principio hace referencia a un aspecto que se mencionó en el apartado anterior, al definir el concepto de cooperativa. La autonomía e independencia respecto a la voluntad social, a las acciones a realizar; las cooperativas aún aceptando aportes del Estado o el sector privado, logra mantener su independencia y no se ve influenciada por ello.

El análisis de los cuatro principios permite observar los elementos distintivos que exceden al marco de la RSE, porque se relacionan directamente con la gestión interna de las cooperati-

vas, destacan las diferencias y deben respetar estas formas de organización, donde se prioriza a las personas y las necesidades compartidas por sobre las individuales.

Podría decirse que las cooperativas plantean un modelo socioeconómico diferente, uno que busca equilibrar los distintos factores de la economía, principalmente, el capital y el trabajo. Presenta un sistema basado en valores y principios que hasta pueden sonar utópicos si no se conoce el movimiento cooperativo, que surge de la necesidad de pueblos, personas, cooperativistas que han creído y siguen creyendo en el modelo. Prueba de esto es la Declaración del Congreso Centenario de la ACI, en Manchester, que después de cien años de su creación, consideró de suma importancia y necesidad definir la “Identidad Cooperativa”.

## **II.- MÉTODOS**

La presente es una investigación que tiene un abordaje cualitativo, ya que pretende identificar la naturaleza profunda del ideario cooperativo a través de los principios de la RS y su estructura dinámica, que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones, a través de los planteamientos teóricos.

Desde el punto de vista de los objetivos internos de la investigación, se trata de una del tipo descriptivo, atento a que nos proponemos conocer “grupos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistémicos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento”. [21] Nos ocupamos de describir hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente. En este sentido, en la presente investigación analizamos, por un lado, los fundamentos de la RS y, por el otro, los valores y principios cooperativos para poder avizorar cómo se superponen, complementan y difieren, a través de los principios que hacen a la identidad cooperativa.

Además, se trata de una investigación pura, por no existir una posibilidad directa de aplicación, aunque la presente puede resultar el puntapié inicial a tener en cuenta por una cooperativa que desee gestionarse bajo un modelo de RS en sintonía con los principios cooperativos que la guían y, de esa manera, resulta valiosa para las mismas, para instituciones como el IN-AES y para la ACI, en el sentido de rever qué se pretende de una organización socialmente responsable, cuando los valores cooperativos hacen expresa referencia a ella.

Por otra parte, se trata de una investigación teórica, puramente bibliográfica, fundamentada en fuentes secundarias, mediante la consulta de documentos. Es, a su vez, una investigación transversal ya que se analiza el estado del arte de la RSE y los principios y valores cooperativos en el momento presente.

Las unidades de análisis son, por un lado, los principios cooperativos y, por el otro, los de la RS, teniendo como variables su inclusión o no en el otro *ethos* bajo análisis, asumiendo valores de presencia o ausencia, respectivamente, en las doctrinas en estudio.

### **III.- RESULTADOS Y CONCLUSIONES**

Evidentemente, la RS se encuentra impregnada en el ideario cooperativo a través de todos los valores éticos que lo fundamentan y se operativiza mediante algunos de sus principios; pero, probablemente el equipo redactor de la Declaración y el Informe antes individualizados no tomaron consciencia de lo que realmente implica la RS como modelo de gestión integral de una organización, al menos en su visión actual; de esta manera, RS y valores y principios cooperativos son conceptos que se implican y se exceden mutuamente. Hay cuestiones de la RS que no son captadas -o, al menos, no son profundizadas- por el modelo cooperativo y, a su vez, la doctrina cooperativista excede, en lo que hace a la identidad de estas organizaciones a la visión de la RS, aunque ambos modelos están sumamente intrincados y no se puede concebir una cooperativa que se gestione a través de sus valores y principios que no sea, a su vez, socialmente responsable.

Como resultado del estudio realizado es fácil observar que la evolución habida en la concepción de Responsabilidad Social ha traído consigo una ampliación y mayor definición de sus alcances. Probablemente aquí radica el origen de las discordancias encontradas, principalmente en cuanto a los grupos de interés que deben ser objeto de aplicación de acciones de RS por parte de las cooperativas. De la simple mención de la comunidad, como un todo amorfo e indeterminado, hoy se ha pasado a definir *stakeholders* internos y externos, que son de aplicación a las organizaciones cooperativas, tales como los socios, empleados y sus familias, los clientes y consumidores, sus proveedores, el Estado, el ambiente y la comunidad como última *ratio* de su accionar. Todos ellos pueden ser influidos o influir en el desempeño de la gestión de una cooperativa y como tales deberían ser considerados a los fines de establecer una real aplicación de Responsabilidad Social.

Tal vez, el análisis realizado y las conclusiones que se arribaran resulten un insumo interesante para la toma de decisiones acerca de posibles medidas de intervención para la reconversión definitiva de las cooperativas como entes socialmente responsables, en beneficio de todos quienes se encuentren bajo la influencia de su accionar, contribuyendo con sus potencialidades a mejorar el desarrollo de la economía social.

#### **IV.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

- [1] Benabiste, S., “El Alcance del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa, de acuerdo a los organismos internacionales promotores del tema”. Presentado en el Programa Doctoral: PHD in Management Sciences (ESADE), 2002.
- [2]. Oficina Internacional de Estandarización ISO, “Guía sobre Responsabilidad Social – ISO 26000”, último borrador, Ginebra, 2009.
- [3] [http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o\\_que\\_e\\_rse/o\\_que\\_e\\_rse.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx). Página visitada el 12/05/2010.
- [4] Friedman, M., “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”. The New York Times Magazine, pág. 32–33 y 123–125, 1970.
- [5] <http://lema.rae.es/drae/> Página visitada: 10/07/2012.
- [6] Muñoz Torres, M. J. y Fernández Izquierdo, M. A., “Gobierno Corporativo” en: “Curso de Experto Universitario en Responsabilidad Social Corporativa”, UNED, Madrid, 2010.
- [7] Moneva, J. M., “Contabilidad e Información sobre RSC” en: “Curso de Experto Universitario en Responsabilidad Social Corporativa”, UNED, Madrid, 2010.
- [8] Mladenatz, G, “Historia de las Doctrinas Cooperativas”, Intercoop Editora Cooperativa Limitada, Buenos Aires, 1969.
- [9] Kesselman, J, “Sociedades Cooperativas”, 2ª Edición, Editor Victor P. de Zavalía, Buenos Aires, 1979.
- [10] Alianza Cooperativa Internacional, “Los Principios Cooperativos para el Siglo XXI”, Editorial Intercoop, Buenos Aires, 1996.
- [11] Alianza Cooperativa Internacional, op. cit.
- [12] Böök, S, “Valores Cooperativos para un mundo en cambio”, Editado ACI, Costa Rica, 1992.
- [13] Organización de las Naciones Unidas, Resolución Asamblea General N° 64/136. “Las cooperativas en el desarrollo social”, 2010.
- [14] <http://www.un.org/es/events/coopsyear/>. Página visitada el 10/07/12.
- [15] Martínez Charterina, A, “Los valores y los principios cooperativos”, Revesco, 61, pág. 35 – 45, 1995.
- [16] Alianza Cooperativa Internacional, op. cit.
- [17] Ídem.



[18] Molina Camacho, C., “Valores y principios cooperativos como guías fundamentales de acción”, Ponencia presentada en el Primer encuentro nacional de formadores de cooperativismo, Universidad Central de Venezuela (CEPAC) 30 y 31 de octubre de 2003.

[19] Molina Camacho, C., op. cit.

[20] Alianza Cooperativa Internacional, op. cit.

[21] Sabino, C., “Cómo hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos” 3ª Edición, Editorial Lumen Hvmánitas, Buenos Aires, 1998.