

# Resumen amplio

## Capital social y voluntariado corporativo: estudio de caso de una cooperativa del sur de Brasil

El estudio aborda una temática relevante en el campo de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su impacto en la generación de capital social. Las cooperativas, como modelos organizacionales, poseen características intrínsecas que las vinculan profundamente con las comunidades en las que operan. Este artículo investiga cómo las prácticas de voluntariado corporativo, enmarcadas dentro de la RSC, fortalecen el capital social y los principios cooperativos.

### Contexto y objetivos del estudio

La investigación tiene como objetivo central analizar el voluntariado corporativo como una práctica de RSC y su relación con el capital social y los principios cooperativos. La cooperativa estudiada, ubicada en el sur de Brasil, sirve como un contexto empírico para examinar esta relación. Este modelo organizativo, regido por principios de solidaridad, participación y responsabilidad, busca fomentar el bienestar de las comunidades, al tiempo que genera beneficios tanto para la organización como para la sociedad.

El enfoque metodológico es cualitativo, basado en un estudio de caso que combina análisis de documentos internos, entrevistas semiestructuradas con gestores responsables del voluntariado y grupos focales con empleados que han participado en actividades de voluntariado. Además, el análisis se apoyó en el software MaxQDA para codificar y categorizar datos, permitiendo una triangulación eficaz de las fuentes de información.

### Marco teórico: RSC, voluntariado corporativo y capital social

La RSC se presenta como un concepto integral que busca equilibrar los objetivos financieros de las empresas con las demandas sociales y ambientales de la comunidad. Estudios previos, como los de Carroll (2015), destacan que la RSC no solo legitima la posición de las empresas ante la sociedad, sino que también fortalece la relación interna con sus empleados. En este contexto, el voluntariado corporativo se convierte en una herramienta estratégica para involucrar a los empleados en iniciativas sociales, fomentando valores como la cooperación, la confianza y el sentido de comunidad.

El capital social, según Adler y Kwon (2002), se define como un recurso derivado de las interacciones sociales que generan redes, confianza y normas compartidas. Estas dimensiones del capital social son fundamentales para entender cómo el voluntariado corporativo puede contribuir a su fortalecimiento. Muthuri et al. (2009) y Glinska-Newés y Górka (2020) des-

tacon que las interacciones generadas por el voluntariado corporativo no solo benefician a las comunidades atendidas, sino que también potencian las redes internas y externas de las organizaciones.

## Resultados clave del estudio

El análisis de los datos reveló que el voluntariado corporativo en la cooperativa no solo promueve los componentes tradicionales del capital social (redes, confianza y normas), sino que también está profundamente influenciado por los principios cooperativos, como la democracia, la participación activa y la preocupación por la comunidad. Estas características distintivas del cooperativismo amplifican la capacidad del voluntariado corporativo para generar capital social.

Además, el estudio identificó tres ejes principales de acción en las prácticas de voluntariado de la cooperativa:

1. **Cooperativismo y emprendimiento:** Iniciativas que promueven la educación cooperativa y la cultura de la cooperación.
2. **Ciudadanía financiera:** Programas enfocados en la educación financiera para fomentar el ahorro y la planificación.
3. **Desarrollo sostenible:** Actividades orientadas a fortalecer la sostenibilidad social y ambiental.

Cada uno de estos ejes está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, lo que refuerza la relevancia estratégica de las acciones realizadas por la cooperativa. Estas prácticas, además, responden a demandas específicas de la comunidad, fortaleciendo la confianza mutua y la percepción positiva de la cooperativa entre los actores sociales involucrados.

## Impacto del COVID-19 en el voluntariado corporativo

La pandemia de COVID-19 presentó desafíos significativos para las actividades de voluntariado corporativo debido a las restricciones de interacción física. Sin embargo, la cooperativa demostró agilidad y resiliencia al adaptar sus prácticas a formatos digitales, lo que permitió mantener los vínculos con la comunidad y continuar generando capital social. Algunas actividades fueron modificadas para responder a las necesidades urgentes de la crisis, como la distribución de alimentos y el apoyo financiero a hospitales locales.

Los hallazgos del estudio destacan que las organizaciones con altos niveles de capital social tienen una mayor capacidad para enfrentar crisis sociales, como lo demuestra la respuesta eficaz de la cooperativa durante la pandemia. Esta experiencia también proporcionó aprendizajes valiosos para los voluntarios, quienes adquirieron habilidades y estrategias que podrán aplicar en futuras emergencias.

## Conclusiones y recomendaciones

Este estudio exploró cómo el voluntariado corporativo mejora el capital social y los principios cooperativos. Se encontró que los componentes del capital social en empresas tradicionales también fortalecen el capital social en cooperativas, con una influencia distintiva de los principios cooperativos. La investigación destacó que las cooperativas impactan significativamente en varios actores sociales, tanto a nivel local como global, a través de interacciones creíbles y positivas con las comunidades. La naturaleza democrática de las cooperativas mejora su relación con diversos grupos de interés, potencialmente beneficiándolos. Las acciones de voluntariado dentro de las cooperativas afectan positivamente las fuentes de capital social, dependiendo en gran medida de los niveles de confianza en estas acciones. La alta confianza permite que la cooperativa acceda de manera efectiva a diferentes capas de la comunidad, estableciendo una relación de confianza con los voluntarios que ven a la cooperativa como impactante. A los voluntarios se les confían recursos, fomentando una red participativa y confiable deseable para muchos. El estudio, realizado durante la pandemia de COVID-19, reconoce que los resultados podrían estar influenciados por este contexto. La dependencia de una sola cooperativa y métodos como entrevistas y grupos focales introduce posibles sesgos y limita la generalización. Investigaciones futuras deberían expandir metodologías y la diversidad de muestras para superar estas limitaciones. Este documento también sugiere explorar más a fondo otros elementos que fortalecen el capital social en cooperativas y las motivaciones e impactos del voluntariado en varios grupos de interés. Propone ampliar el marco de investigación para incorporar múltiples entornos cooperativos y tanto investigaciones cualitativas como cuantitativas para profundizar la comprensión del papel del voluntariado corporativo en el fortalecimiento del capital social.

## Reflexión final

Este estudio aporta una visión enriquecedora sobre el papel del voluntariado corporativo en la generación de capital social dentro de las cooperativas. Al destacar la interacción entre los principios cooperativos, las prácticas de RSC y las necesidades de la comunidad, este trabajo ofrece un modelo que puede inspirar a otras organizaciones a adoptar enfoques similares para promover el bienestar social y fortalecer sus vínculos con la comunidad.