

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO: UNA APROXIMACIÓN CUALITATIVA MEDIANTE EL ESTUDIO DEL CASO (*)

Diana Seguí Mas

Fed. Valenciana d'Empreses Cooperatives de Treball Associat (FEVECTA)

Elies Seguí Mas

CEGEA - Universitat Politècnica de València

Datos de contacto:

Elies Seguí Mas
CEGEA (Centro de Investigación en Gestión de Empresas)
Universitat Politècnica de València.
Camí de Vera, s/n 46071 València
Telf. 96 387 70 07 (Ext. 84713)
Fax. 96 387 74 79
esegui@cegea.upv.es

Resumen

El cambio de paradigma económico y los últimos escándalos financieros han puesto de manifiesto la necesaria *función social* de la empresa, surgiendo la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como un instrumento para que ésta cumpla con su ejercicio, ofreciendo información de mayor fiabilidad a todos sus *stakeholders*.

Por otro lado, las cooperativas de crédito son unas entidades singulares dentro del sistema bancario español, formando parte de lo que se conoce como economía social. Consecuentemente, sus valores y sus principios entroncan con el actual concepto de responsabilidad social empresarial, lo que debería trasladarse a la calidad de su Responsabilidad Social Corporativa.

Este trabajo -mediante la metodología cualitativa del estudio del caso- pretende analizar el la RSC de una cooperativa de crédito real, obteniendo fortalezas y debilidades de una sociedad constituida bajo esta forma jurídica. El análisis se realizará a partir de indicadores derivados de la memoria de sostenibilidad propuesta por el GRI.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Cooperativas de crédito, Cooperativas de trabajo asociado, Estudio del caso.

Claves ECONLIT: G200, G300, M140, P130.

(*) El presente trabajo ha sido desarrollado bajo el patrocinio de la Generalitat Valenciana mediante el proyecto de investigación GV06/378: "Las entidades de economía social en un entorno globalizado", cuyo investigador principal es el Dr. Juan Bataller Grau.

1. LA BANCA COOPERATIVA EN LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO.

La emergencia de la *economía del conocimiento* como nuevo paradigma ha producido un cambio estructural del entorno económico, competitivo y sociocultural como bien ilustran Drucker (1993), Gorey y Dobat (1996) o Vilaseca y Torrent (2001). El nuevo modelo económico se basa en el papel diferenciador del conocimiento, por la vía del que la organización puede conseguir ventajas competitivas. Los intangibles se convierten así en los principales factores en la generación de valor.

Consecuentemente, la competitividad se basa hoy en desarrollar capacidades diferentes de las de la competencia en los terrenos de la reputación, la marca, la innovación, las relaciones, etc. (que son las más difícilmente replicables) (Castelló, 2002).

El cambio de paradigma económico ha provocado el desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa, básicamente debido a la globalización de los mercados, la creciente presión de la sociedad civil, las nuevas formas de organización del trabajo, los nuevos modelos de creación de valor y la innovación tecnológica (AECA, 2004).

Los servicios bancarios se fundamentan en la confianza de los mercados en los agentes financieros. Con el cambio de paradigma económico también emergieron los escándalos financieros (Enron, Worldcom, Gescartera, etc.) que pusieron en tela de juicio la fiabilidad de la información financiera y la responsabilidad de los distintos agentes implicados.

En consecuencia, se ha producido una falta de transparencia e información que, a su vez, desembocó en una situación de inseguridad tanto para el accionista o el inversor como para el resto de grupos de interés de las sociedades. Como consecuencia - durante los últimos años- los aspectos éticos de la empresa han captado buena parte de la atención de los especialistas, con el objeto de recuperar la confianza, tomar decisiones a largo plazo, ejercer adecuadamente la responsabilidad social de la empresa y mejorar la contribución de los recursos humanos (Cortina, 1994).

De este modo, la ética empresarial se puede definir como un conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa, para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación a los distintos entornos en condiciones que suponen respetar los derechos reconocidos por la sociedad y los valores que ésta comparte (García-Maza, 1996).

Consecuentemente, los principios básicos de la Responsabilidad Social Corporativa, han de estar presentes en el gobierno corporativo de las empresas con el fin de generar un clima de confianza y transparencia entre los grupos de interés y los órganos de administración de las sociedades.

Ante una mayor demanda de información y seguridad por parte de los *stakeholders*, los gobiernos de los Estados y las empresas han reaccionado creando comisiones de estudio acerca de la ética en los órganos corporativos y de la transparencia informativa. En España han ido surgiendo diferentes Comisiones de Estudio (Olivencia, Aldama, Conthe), que han servido de fundamento para el posterior desarrollo legislativo de la cuestión.

Dentro del sistema financiero español las cooperativas de crédito constituyen el grupo relativamente menos importante y quizás también el más desconocido. No obstante, el peso de la banca cooperativa dentro del sistema bancario es significativo y su interés radica no en su cuota de mercado, sino en el tipo de actividad que desarrolla,

financiando el desarrollo económico de su ámbito operativo (Server y Melián, 1998). Su servicio se ha basado en la cercanía al cliente de zonas rurales, quien ha contado con mayores dificultades para acceder otros canales de financiación (Gil, 2006).

Evidentemente, la *economía social* no ha permanecido al margen de este contexto. Su naturaleza participativa y democrática la ha llevado –en algunos casos- a abanderar importantes iniciativas en este campo. De modo singular, el cooperativismo de crédito también ha sufrido en las últimas décadas puntuales escándalos que han podido afectar a la credibilidad de estas entidades financieras.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

El carácter social de las organizaciones productivas es reconocido por las teorías más antiguas. La teoría económica clásica focalizó su atención en la maximización del beneficio individual (eludiendo cualquier función social de la empresa) como medio para alcanzar el beneficio colectivo. No obstante, el presente demanda a las empresas responsabilidades centradas en el plano social.

La función de las empresas debe evolucionar según lo hace la sociedad, ya que la empresa por su propia naturaleza es una institución social y está sujeta y sometida a todos los cambios que se produzcan en la sociedad asumiendo responsabilidades sociales frente a la misma. De este modo, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) parte de la aceptación de la función social de la empresa y el compromiso con unos valores elementales más allá del puro beneficio económico. La RSC contempla el impacto de la acción social de la empresa en su triple dimensión: económica, social y medioambiental, teniendo como objetivos principales la consecución del desarrollo sostenible y la consiguiente generación de valor para todos los grupos de interés a largo plazo.

La Responsabilidad Social Corporativa, pues, puede definirse como la representación del compromiso con la idea de organización como un conjunto de personas que interactúan en la sociedad, tanto desde el punto de vista de la su propia composición elemental (suma de individuos sociales), como desde la óptica de miembro integrante de un sistema social (empresa ciudadana), caracterizado por su contribución a la sociedad (AECA, 2004).

En conclusión, la irrupción de la RSC no plantea a la empresa una alternativa entre beneficio económico y función social, sino que pretende –a través de esta última- la búsqueda de una mayor eficiencia que integre todos los aspectos de la gestión. Por lo tanto, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a largo plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta la presa de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor a largo plazo y contribuyendo a la obtención de ventajas competitivas duraderas.

Por otra parte, es necesario insistir en que la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa no es tan sólo la mejor forma de formalizar el compromiso de la empresa con sus *stakeholders*, sino que implica un planteamiento estratégico capaz de dotar a la compañía de mayor eficiencia y de elementos para su diferenciación. Así, como ejemplo, una mejor gestión medioambiental puede optimizar los procesos de la empresa reduciendo el consumo de aprovisionamientos y de energía. Con esta optimización se consiguen menguar los gastos y –lógicamente- –aumentar el beneficio y la rentabilidad empresarial.

Además, en un contexto económico hipercompetitivo como el actual, la diferenciación es una estrategia imprescindible cuando no se puede competir vía costes (una realidad cada vez más general en nuestros sectores productivos incapaces de competir en precio con los países emergentes). De esta forma, la aplicación de la RSC permite incorporar intangibles valiosos a nuestros productos y servicios, como por ejemplo, una mayor reputación empresarial, una mayor fidelización de la clientela, etc. Conseguir diferenciar los productos permite incrementar el margen y consecuentemente— también el beneficio y la rentabilidad empresarial.

Las organizaciones ejercen su responsabilidad social cuando satisfacen las expectativas que, sobre su comportamiento, tienen los diferentes grupos de interés (*stakeholders*: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medio ambiente, accionistas, proveedores), contribuyendo a un desarrollo social y ambientalmente sostenible, y económicamente viable. En consecuencia, en la actualidad, las empresas no sólo deben alcanzar el beneficio para mantenerse en el mercado, sino que también deben satisfacer presupuestos éticos en su comportamiento (cada vez más valorados por los *stakeholders*).

Por grupos de interés (o *stakeholders*) se ha de entender a aquellos grupos sociales e individuos afectados de una otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de esta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia. También podrán considerarse grupos de interés las generaciones futuras.

En conformidad con estos objetivos, la RSC debería permitir (AECA, 2004):

1. Introducir mejoras en los procesos internos de la empresa, a todos los niveles, considerando aspectos económicos, sociales y medioambientales, y de los diferentes grupos de interés.
2. Potenciar las ventajas competitivas de la empresa, reforzando aspectos tan importantes como por ejemplo, fidelidad del cliente, incrementos de la calidad.
3. Suministrar información completa y fiable de la actividad de la organización en su triple dimensión, y que sea útil para todas las partes interesadas.
4. La integración de la empresa en su entorno, adoptando los modelos de empresa ciudadana y desarrollo sostenible.

3. LAS MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

La Responsabilidad Social Corporativa ha alcanzado un elevado grado de difusión en la última década, dando lugar a diversas iniciativas para su desarrollo e implantación en numerosas empresas. Sin embargo no existen criterios comunes y aceptados respecto al concepto, objetivos y elementos de gestión de la misma.

La adopción de criterios de responsabilidad social corporativa (RSC) en la gestión empresarial implica la formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental; también, la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos; y, finalmente, escrutinio externo de los mismos.

El *escrutinio externo* de la RSC implica que la responsabilidad social de las empresas puede ser medida, en parte, por la respuesta que éstas dan a las necesidades de sus distintos *stakeholders* o grupos de interés. El escrutinio sobre RSC tiene su

justificación en la reciente evolución de los mercados financieros, donde se ha puesto de manifiesto la importancia de incorporar estas políticas en la gestión empresarial.

Para las más de dos mil compañías de todo el mundo que ya elaboran memorias de sostenibilidad, la justificación empresarial para informar sobre aspectos económicos, medioambientales y sociales se basa en la obtención, entre otros, de los siguientes beneficios (White, 2002):

- Mejora las relaciones con las partes interesadas, ayudando a su refuerzo e inspirando una mayor confianza.
- Favorece la comunicación interna y externa, integrando en un instrumento funciones habitualmente aisladas y diferenciadas en una corporación (finanzas, marketing, investigación y desarrollo) bajo un enfoque más estratégico.
- Detecta riesgos futuros, identificando puntos conflictivos en la cadena de suministro, en las comunidades, entre los organismos reguladores, así como en la reputación y en la gestión de marca comercial.
- Mejora la imagen de la empresa, resaltando las contribuciones sociales y ecológicas de las organizaciones y de sus productos y servicios.

Más allá de los diferentes códigos nacionales de buen gobierno, diferentes organizaciones han diseñado modelos o estándares que promueven y facilitan la adopción de políticas formales de RSC. Entre los modelos más difundidos se encuentran las *Directrices para empresas multinacionales* de la OCDE, o el programa *Global Compact*-Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas.

Sin embargo el estándar más comúnmente aceptado de información sobre sostenibilidad empresarial o RSC es el elaborado por *Global Reporting Initiative*, organización establecida en 1997 por *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de Naciones Unidas (UNEP), con el objetivo de diseñar un marco, aplicable globalmente, que integrara la información empresarial en los ámbitos económico, social y medioambiental.

Global Reporting Initiative ha elaborado guías para la elaboración de memorias de sostenibilidad, un importante avance para el desarrollo de una herramienta homogénea, creíble, comparable, y globalmente aceptada para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Desde su puesta en marcha, crece constantemente el número de compañías que han adoptado este formato para la elaboración de sus memorias. En España la tendencia es similar. Entre las compañías españolas pioneras en el cumplimiento de las directrices marcadas por *Global Reporting Initiative* se encuentran RENFE, DKV Seguros y Tetra Pak.

3.1. La guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de la *Global Reporting Initiative* (GRI).

La Guía del GRI constituye un marco para presentar memorias sobre el desempeño económico, ambiental y social de las organizaciones informantes. En ella (GRI, 2002):

- Se presentan principios y contenidos específicos que sirven de orientación para la elaboración, a nivel organización, de memorias de sostenibilidad
- Se ayuda a las organizaciones a presentar una visión equilibrada y razonable de su actuación económica, ambiental y social
- Se promueve la posibilidad de comparación de memorias de sostenibilidad a la vez que se toma en cuenta la utilidad de presentar la información a distintas organizaciones, muchas de las cuales realizan operaciones importantes en distintas partes del mundo

- Se apoyan la evaluación comparativa y la valoración de la sostenibilidad en lo referente a códigos, normas de actuación e iniciativas voluntarias
- Se pretende facilitar la interacción con las partes interesadas.

Por lo tanto, la Guía del GRI no constituye un código ni una serie de principios de conducta, ni una pauta de actuación, ni un sistema de gestión. Asimismo tampoco facilita instrucciones para el diseño de sistemas de elaboración de memorias ni de gestión interna de datos de las organizaciones ni ofrece metodologías para la elaboración de memorias, ni para su control ni verificación.

El uso de esta guía es voluntario. Las directrices en ella recogidas están concebidas para poder ser aplicadas a empresas de cualquier tipo y tamaño, y de cualquier lugar del mundo; no son exclusivas para ningún sector industrial en concreto. También pueden aplicarla otro tipo de organizaciones tales como agencias gubernamentales y organizaciones sin ánimo de lucro.

Respecto a la confección de *Memorias de Sostenibilidad* el GRI señala once principios agregados en 4 grupos:

- o Los principios de *Transparencia, globalidad y auditabilidad* conforman el marco de la memoria de sostenibilidad.
- o Los de *Exhaustividad, Relevancia y Contexto de sostenibilidad* afectan a las decisiones sobre qué información incluir en la memoria.
- o Pretenden garantizar la calidad y la veracidad (*precisión, neutralidad y comparabilidad*)
- o Afectan a las decisiones sobre el acceso a la memoria (*claridad y periodicidad*).

Todo este conjunto de principios persigue garantizar que las memorias (GRI, 2002):

- o Presenten una explicación equilibrada y razonable de su desempeño económico, ambiental y social, y la contribución al desarrollo sostenible derivada de ellas;
- o Faciliten las comparaciones a lo largo del tiempo y entre organizaciones;
- o Aborden temas de interés para las partes interesadas de manera fiable.

El GRI estructura el contenido de la *Memoria de Sostenibilidad* en seis apartados, que son heterogéneos tanto en su complejidad como en su extensión (Moneva, 1996):

- 1) Informe del responsable: Consiste en una tabla y descripción de los elementos principales del informe. Permite a los usuarios evaluar la memoria rápidamente.
- 2) Perfil de la organización: Descripción general de la empresa (nombre, productos y servicios, estructura operativa, departamentos, países donde opera, forma jurídica, magnitud de la organización, etc.) y del alcance de la memoria (periodo, cobertura de la memoria, cambios significativos de la empresa, fecha de última memoria, personas de contacto, etc.).
- 3) Resumen e indicadores clave: Visión global del informe, destacando la relación empresa con los partícipes.
- 4) Visión y estrategia: Perspectiva de la empresa sobre la integración de los aspectos económicos, sociales y medioambientales. Declaración del presidente de la empresa, donde éste describe la contribución al desarrollo sostenible.
- 5) Política, organización y sistemas de gestión: Ofrece una visión general de la estructura de gobierno, las políticas globales y los sistemas de gestión que se

han puesto en práctica para poder dar forma a la visión del desarrollo sostenible de la organización, y gestionar su actuación.

- 6) Realizaciones o indicadores: Recoge las realizaciones alcanzadas o los indicadores de desempeño, agrupados en los tres aspectos de sostenibilidad (económico, social y medioambiental). Además se incluye una nueva dimensión; indicadores de integrados, donde muestra la actuación de las tres variables habituales de forma integrada.

Indicadores del GRI

El GRI organiza los indicadores de desempeño de acuerdo a una jerarquía de categoría, aspecto e indicador. Las definiciones empleadas en esta jerarquía se ajustan a los modelos internacionales, aunque están adaptadas al marco del GRI. Los indicadores se agrupan según las tres dimensiones del concepto convencional de sostenibilidad: la económica, la ambiental y la social. En la Guía de 2002, la jerarquía está estructurada de la siguiente manera:

Tabla 1: Indicadores de desempeño del GRI (2002)

	CATEGORÍA	ASPECTO
ECONÓMICOS	Impactos Económicos Directos	Clientes Proveedores Empleados Proveedores de Capital Sector Público
AMBIENTALES	Ambiental	Materias Primas Energía Agua Biodiversidad Emisiones, vertidos y residuos Proveedores Productos y servicios Cumplimiento Transporte General
SOCIALES	Prácticas laborales y trabajo decente	Empleo Relaciones empresa/ trabajadores Salud y Seguridad Formación y Educación Diversidad y Oportunidad
	Derechos humanos	Estrategia y gestión No discriminación Libertad de asociación y negociación colectiva Trabajo infantil Trabajo forzoso y obligatorio Medidas disciplinarias Medidas de seguridad Derechos de los indígenas
	Sociedad	Comunidad Corrupción Contribuciones políticas Competencia y precios
	Responsabilidad del producto	Salud y seguridad del cliente Productos y servicios Publicidad

4. ESTUDIO DEL CASO: CONTEXTO Y METODOLOGÍA.

Debido a la metodología utilizada (cualitativa) el objetivo del presente trabajo se limita a la evaluación de la responsabilidad social corporativa (RSC) de una cooperativa de crédito singular, como medio para poder compararlo con otros casos (sin ánimo de extrapolar conclusiones).

Para llegar a la consecución de estos objetivos se ha optado por una guía que facilitara la consecución de los mismos. Atendiendo a las múltiples experiencias internacionales existentes y al sector de aplicación de la memoria de sostenibilidad, la apuesta por el GRI era –sin duda- la más adecuada en el caso planteado. Los indicadores propuestos por esta guía son muy amplios, y se ha debido solicitar gran cantidad de información sobre la empresa. Los mecanismos fundamentales por obtener estos datos han sido las entrevistas y las encuestas dónde se reflejaban aspectos básicos en materia de sostenibilidad.

La guía GRI requiere una información amplia y heterogénea, no únicamente de la empresa analizada sino también de las empresas del sector dónde ésta se encuentra inserida. El mecanismo idóneo para el análisis es el *benchmarking* de la empresa estudiada con las del resto del sector. Para la generación de este *benchmarking* se hubiera requerido de un mayor volumen de datos de los proporcionados normalmente por las entidades financieras en sus memorias anuales. Por otra parte, la falta de experiencias previas de políticas relativas a sostenibilidad en algunas entidades financieras dificultaban la identificación de los datos necesarios, puesto que muchas de éstas estaban englobadas en partidas más generales (sin que la empresa se haya planteado disgregarlas). En conclusión, las importantes limitaciones del *benchmarking* realizado dentro del sector ha afectado al desarrollo del presente caso estudio.

El método a seguir para evaluar la responsabilidad social corporativa (RSC) de la cooperativa se ha realizado mediante la valoración del grado de cumplimiento de las recomendaciones e indicadores plasmados en la Guía del GRI (2002), así como en el análisis de en qué medida responden a los principios y valores que le son propios (con especial atención a los referidos a la gestión democrática de la cooperativa y a los intereses de los socios y de la comunidad en la que se enclava).

La elección de una cooperativa de crédito se debe al importante grado de control administrativo al que están sometidas las entidades financieras, y –por tanto- al relevante volumen de información disponible.

Respecto a las fuentes de información utilizadas, cabe mencionar los estatutos sociales de la cooperativa, las memorias anuales de los últimos ejercicios y los correspondientes anuarios de la UNACC (Unión Nacional de Cooperativas de Crédito), así como diversos informes anuales de gobierno corporativo de diversas entidades financieras (para poder establecer comparaciones sectoriales). Además, se han realizado diversas entrevistas con directivos de la sociedad para contextualizar las observaciones y valorar la implementación real de los estatutos y demás documentos rectores de la empresa.

Es necesario señalar que la elección de la cooperativa estudiada tampoco ha sido casual y que ha respondido a un *criterio de oportunidad*. La empresa ha manifestado su interés al explorar esta línea de trabajo, más allá de los programas que actualmente

desarrolla. Además, aunque no se ha planteado la realización formal de una Memoria de Sostenibilidad, el caso estudio desarrollado puede permitir una posible toma de decisiones para el establecimiento de políticas que aseguren un sistema de gestión en materia de sostenibilidad (teniendo en cuenta la triple dimensión de la empresa: económica, medioambiental y social).

En definitiva, el presente trabajo tiene como uno de sus objetivos principales generar una aproximación a una memoria de sostenibilidad para la cooperativa estudiada en 2005, a partir de la cual la empresa identifique, mida y gestione los principales aspectos que afectan a su responsabilidad social corporativa.

Como ya se ha indicado, la introducción de un sistema de gestión en materia de sostenibilidad en la cooperativa de crédito proporcionaría a la empresa mejoras tangibles a todos los niveles en los procesos internos de la empresa (reducción de costes de aprovisionamientos, energéticos, etc.), potenciando sus ventajas competitivas (vía diferenciación de la competencia), suministrando una información más fiable sobre su actividad, e integrando la empresa en su entorno inmediato.

5. CONCLUSIONES

Ante todo, cabe resaltar la forma jurídica elegida para la realización de este estudio del caso: una cooperativa de crédito. Este hecho no es accesorio y se debe tener en cuenta a la hora de hacer las valoraciones del caso-estudio. Como ya se ha comentado, las cooperativas forman parte de lo que se denomina *economía social*, siendo –por lo tanto– una fórmula societaria que pretende situarse entre la economía pública y la completamente privada. Este carácter social la dota de una cultura y una ideología particular, donde están bien presentes el concepto y las motivaciones fundacionales de la Responsabilidad Social Corporativa. En conclusión, la responsabilidad social de la empresa se contempla desde la misma fundación de la cooperativa.

Un primer análisis económico de la entidad permite observar que los indicadores propuestos por el GRI muestran que tanto sus ingresos como todos sus márgenes (de intermediación, ordinario, de explotación y el resultado del ejercicio) han sufrido un significativo ascenso. Además, las principales partidas de gastos se han incrementado a menor ritmo, con lo cual se ha producido un apalancamiento operativo (un mayor incremento de los beneficios que de los ingresos), producto de la dilución de los gastos fijos entre un mayor número de servicios.

En segundo lugar, respecto a los indicadores medioambientales, la cooperativa demuestra un elevado grado de conciencia hacia los (modestos) impactos medioambientales que produce la empresa. Así, la actividad ejercida por la cooperativa no genera gran cantidad de residuos, puesto que es una empresa de servicios financieros y –por lo tanto– los únicos residuos que genera la empresa son papel, cartón, tarjetas de pago, elementos informáticos y tóneros. No obstante, la cooperativa tiene subcontratadas a dos empresas para la eliminación de los principales residuos generados. Hace falta insistir en que la dirección de la empresa promueve la reducción del consumo, la reutilización y el reciclaje por parte de los empleados. La empresa también gestiona la instalación de iluminación de bajo consumo (cuando es posible) o condensadores en los centros para evitar el consumo de energía reactiva ante picos de demanda del centro (realizando –además– periódicas revisiones de las instalaciones). En este mismo sentido, la empresa tiene contabilizadas los gastos corrientes correspondientes a los consumos de los distintos

tipos de papel empleados o de energía eléctrica, lo cual permite monitorizar la evolución de estas variables.

Finalmente, resulta necesario analizar los indicadores sociales de la empresa. En este apartado, es de interés realizar una puntualización previa. El GRI es un marco de ámbito mundial y consiguientemente -incluye un buen número de indicadores que no tienen sentido en una democracia occidental dónde los derechos sociales están garantizados por el Estado. Por ello no se han analizado determinados indicadores referentes a derechos laborales que la legislación española garantiza.

Respeto a los indicadores elaborados, estos se pueden dividir en varios bloques temáticos:

- *Prácticas laborales y trabajo decente*: Hace falta tener en cuenta la particularidad que poseen los empleados de una cooperativa de trabajo asociado, puesto que los empleados conforman un agente con intereses propios (son socios del trabajo y participan del capital de la empresa). A veces, estos pueden ser socios especialmente activos en la entidad y a menudo estar representados explícitamente en el propio Consejo Rector. Por lo tanto, la participación de los trabajadores es alta en las decisiones empresariales y las prácticas laborales no sólo se ajustan a la legalidad sino que añaden beneficios suplementarios (producto de su participación).
- En las cooperativas considera el *beneficio* un medio con una triple finalidad: garantizar el futuro de la cooperativa, manteniendo y creando trabajo digno y estable, hacer realidad la misión de la cooperativa analizada, la cual se puede resumir en “crecer para crear riqueza en el entorno valenciano utilizando fórmulas cooperativas y generando valor para los socios cooperativos”. Como en cualquier sociedad, el beneficio se reparte entre los accionistas. En este caso el capital está formado mayoritariamente por los trabajadores, lo cual se traduce en un elevado compromiso y sentimiento de pertenencia. Así, el beneficio tiene un considerable efecto sobre la política retributiva de la entidad.
- *Salud y Seguridad*: todos los indicadores propuestos hacen referencia a un seguimiento de las enfermedades, bajas, etc. y la única información de qué se dispone es la colaboración de la cooperativa con la Mutua en cuestiones de Salud y Seguridad más allá de aquello obligatorio por ley, pero no se ha conseguido información respecto si se realizan algún otro tipo de seguimientos.
- *Formación y educación*, esta partida es cuantificada y gestionada por la empresa, lo cual permite obtener conclusiones al respecto. En principio, la dirección de recursos humanos de la empresa considera la formación continua como una política prioritaria en la cooperativa. Además, la legalidad vigente obliga a las cooperativas a dotar un mínimo del 10% de sus beneficios al Fondo de Formación y Promoción Cooperativa a partir del que se alimenta el presupuesto destinado a la formación de los empleados. La práctica habitual en algunos bancos y cajas (BBVA, Bankinter, Caja Madrid...) demuestra como la cooperativa analizada dedica un mayor esfuerzo económico por empleado que estas grandes entidades crediticias.

El resto de apartados que hacen referencia a políticas explícitas en materia de sostenibilidad no se han podido realizar, debido a la falta de información al no haberse

instaurado -previamente a la realización de este informe- unas pautas de recogida de datos al respeto.

En definitiva, uno de los principales problemas que plantea el GRI es que se trata de un informe extenso y denso, orientado aparentemente a empresas grandes y con recursos adecuados para gestionar el gran volumen de datos que alimenta la memoria. En este sentido, la iniciativa del GRI de lanzar un modelo de memoria de sostenibilidad para PIME (más sintética) ha sido una iniciativa muy acertada puesto que puede permitir a una mayor número de sociedades a integrar la memoria de sostenibilidad en su planteamiento estratégico.

Otra dificultad en la comparación de los datos disponibles en las memorias de sostenibilidad de distintas empresas radica en el hecho que algunos indicadores del modelo no son cuantificables, sino que recogen información de tipo cualitativo (más subjetiva). Este tipo de indicadores son valiosos para el análisis, pero dificultan la intercomparación.

Como conclusión final, cabe decir que la cooperativa estudiada realiza de forma explícita y sistemática numerosos aspectos recogidos en una Memoria de Sostenibilidad. No obstante, no elabora un informe público de esta clase. La elaboración de la Memoria de Sostenibilidad por parte de la entidad no sólo ayudaría a comunicar a sus *stakeholders* sus buenas prácticas, sino que integraría información actualmente dispersa en el sistema de gestión de la entidad. Así, por conseguir formalizar una memoria de sostenibilidad en la cooperativa sólo harían falta unas sencillas recomendaciones:

- 1) Proponer un responsable para la realización del sistema de gestión.
- 2) Establecer pautas sobre temas medioambientales, que aunque no tienen mucha relevancia en su actividad, permiten que algunas de los gastos generados por la empresa podrían considerarse gastos medioambientales.
- 3) Al tratarse de una cooperativa, su misión tiene un fuerte componente social. Así, sólo se necesitaría centrar todas las partidas destinadas a los objetivos de una forma más clara para la adaptación dentro de los indicadores del GRI.
- 4) Definir la formación del empleado en relación a los derechos humanos.

La resta de indicadores relativos a la actividad expuestos anteriormente están perfectamente reflejados en la Memoria, y -por lo tanto- el más importante sería establecer las políticas y sistemas de gestión, puesto que informalmente se realizan la mayoría de requerimientos establecidos por el GRI.

BIBLIOGRAFIA

- AECA (2004): *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Ed. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- CASTELLÓ MUÑOZ, E. (2002): *Los intangibles en la era del conocimiento*. Boletín de Estudios Económicos. Vol. LVII, nº 176, Págs. 197-226, Madrid.
- CORTINA, A. (1994): *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*. Ed. Trotta.
- DRUCKER, P. (1993): *La sociedad postcapitalista*. Ed. Apóstrofe. Barcelona.
- GARCÍA MARZÁ, V.D. (1996): *La ética en la empresa: el código ético como instrumento de gestión*. Ed. Esic Market, Nº 93.
- GIL, G. (2006): *Cooperativas de crédito: situación actual y perspectivas de futuro*. Ed. Banco de España.
- GRI (2002): *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad sobre el desempeño económico, ambiental y social de la empresa* (<http://www.globalreporting.org/guidelines/SpanishTranslation.pdf#search=%22guia%20GRI%22>) [Fecha de acceso: 10/04/2006]
- GOREY, R.M. y DOBAT, D.R. (1996): *Managing on the knowledge era*. New York, en BUENO, E. (1999): *La gestión del conocimiento en la nueva economía en Gestión del conocimiento y capital intelectual: experiencias en España*. IU Euroforum Escorial. San Lorenzo del Escorial.
- MONEVA, J.M. (1996): *Información financiera medioambiental: Su regulación internacional*. Partida Doble nº 66 (págs. 46-51).
- SERVER, R.J. y MELIÁN, D. (1998): *Vertebración del cooperativismo de crédito en España y en la Comunidad Valenciana en el marco del sistema financiero*. Revista de economía pública, social y cooperativa, Nº. 28, 1998 (págs. 139-166). Ed. CIRIEC – España.
- VILASECA I REQUENA, J. y TORRENS I SELLENS, J. (2003): *Economia del coneixement. Cap a una economia global del coneixement*. Ed. UOC.
- WHITE, A.L. (2002): *Las memorias de sostenibilidad*. (<http://www.empresasostenible.info/sostenibilidad>) [Fecha de acceso: 10/06/2006]