



**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social
y Cooperativa, nº 53, noviembre 2005, pp. 351-367**

La ética como eficiencia: la responsabilidad social en las cooperativas de crédito españolas

Inmaculada Carrasco

Universidad de Castilla-La Mancha

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa

ISSN: 0213-8093. © 2005 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.uv.es/reciriec

La ética como eficiencia: la responsabilidad social en las cooperativas de crédito españolas

Inmaculada Carrasco

Profesora Titular de Universidad
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Castilla-La Mancha

RESUMEN

Desde hace algunos años, han tomado importancia cuestiones relacionadas con la Responsabilidad Social de las empresas, entendida, según define la propia Comisión Europea, como la contribución de las empresas al desarrollo sostenible. En el campo de la cooperación de crédito europea existen ya experiencias significativas de empresas fuertemente implicadas con el desarrollo sostenible, que aplican rigurosos códigos éticos en sus operaciones habituales.

Este trabajo trata de reflexionar acerca de (i) la necesidad de retomar las enseñanzas morales de algunos padres de la Economía, como Adam Smith o Robert Owen, muchas de ellas desdeñadas tras el triunfo del utilitarismo y el racionalismo; (ii) el deslizamiento de la sociedad hacia valores posmodernos; (iii) el papel de los Principios y Valores Cooperativos en los nuevos contextos culturales y su relación con la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE); y (iv) la aplicación concreta por parte de las cooperativas de crédito españolas de ambos, RSE y valores cooperativos.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social de la empresa, principios cooperativos, cooperativas de crédito, cambio cultural, Smith, Owen.

CLAVES ECONLIT: B120, B140, M140, Z130.

L'éthique comme efficacité : la responsabilité sociale dans les coopératives de crédit espagnoles

RÉSUMÉ: Depuis quelques années, certaines questions ayant trait à la responsabilité sociale des entreprises ont pris de l'importance. Celle-ci, selon la définition de la Commission Européenne, est la contribution des entreprises au développement durable. Dans le domaine de la coopération à travers le crédit en Europe, des expériences importantes ont déjà eu lieu qui sont étroitement liées au développement durable, et dont les activités témoignent habituellement de l'application de normes éthiques rigoureuses.

Dans ce travail, on propose de réfléchir sur (i) la nécessité de retrouver les enseignements moraux de quelques pères de l'Economie comme Adam Smith ou Robert Owen, dédaignés, pour plusieurs d'entre eux, depuis le triomphe de l'utilitarisme et du rationalisme ; (ii) le glissement de la société vers des valeurs postmodernes (iii) la place des principes et des valeurs de la coopération dans les nouveaux environnements culturels ; et (iv) l'application concrète des coopératives de crédit espagnoles de la RSE et des valeurs des coopératives.

MOTS CLÉ: Responsabilité sociale de l'entreprise, principes de coopération, coopératives de crédit, changement culturel, Smith, Owen.

Ethics as Efficiency: Social Responsibility in Spanish Credit Unions

ABSTRACT: Recently, questions related to Corporate Social Responsibility (CSR) have taken on greater importance. The European Commission defines CSR as a company's contribution to sustainable development. In the area of European credit unions there are some very interesting examples of companies that are deeply involved in sustainable development and apply very strictly codes of ethics in the normal running of their business.

This paper reflects on (i) the need to take another look at the moral teachings of some of the founding fathers of Economics, such as those of Adam Smith or Robert Owen, much of which was scorned after utilitarianism and rationalism triumphed; (ii) society's tendency towards post-modern values; (iii) the role of Cooperative Principles and Values in new cultural contexts; and (iv) the specific application of both CSR and cooperative values by Spanish credit unions.

KEY WORDS: Corporate social responsibility, cooperative principles, credit unions, cultural change, Smith, Owen.

1.- Introducción

Por responsabilidad social de la empresa (o corporativa) –en adelante RSE- entendemos el conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad de la empresa tiene en los ámbitos social, laboral, medioambiental y de derechos humanos (De la Cuesta y Valor, 2003: 7).

Esta concepción de la actividad empresarial, se sitúa en el centro de lo que se ha dado en llamar “nueva cultura de empresa” y se relaciona con principios como la visión a medio y largo plazo, la ética en todas las actuaciones de la empresa, la consideración de las personas y el capital intelectual como el activo máspreciado de la empresa y la necesidad de una continua evolución e innovación en todos los ámbitos de la actividad empresarial (Bestratén y Pujol: 6). Es, por tanto, un concepto relacionado con la integración de cuestiones sociales y medioambientales del entorno en la gestión de la empresa, desde una base de voluntariedad.

Teniendo esto en cuenta, surge la pregunta de si deberían las cooperativas en general, y las de crédito en particular, dedicar una especial atención a los principios de la RSE. A parte de la propia imposición normativa que pueda producirse, en este artículo se ofrecen dos razones más para incorporar la RSE en la actividad cooperativizada: por demanda de la sociedad (consumidores), cuyos códigos morales se están deslizando hacia valores posmodernos; y por el propio desarrollo de los principios y valores cooperativos, muchos de los cuales son congruentes y coincidentes con los requerimientos de la RSE.

El creciente interés por estos temas, se ha visto correspondido con una intensa producción de documentos y regulaciones por parte de organismos e instituciones nacionales e internacionales. Destaca el Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” de la Comisión Europea (2001); que estuvo precedido del Pacto Mundial sobre Responsabilidad Social, auspiciado por la ONU (2000); las Directrices de la OCDE (2000) para empresas multinacionales; la Declaración Tripartita de la OIT sobre empresas internacionales y política social (1977-2000), o las normas AA-1000 del Institute of Social Ethical Accountability y SA-8000 de la agencia acreditadora del Council of Economic Priorities. Incluso encontramos índices dedicados a valorar la responsabilidad social de empresas cotizadas en bolsa, como FSTE4Good y Dow Jones Sustainability Index (DJSI), o agencias internacionales de Rating RSC.

Este interés por la RSE empieza a aumentar a partir de la década de los 90, por la caída de la confianza de los consumidores en las empresas, debido a ciertos escándalos financieros y desastres

medioambientales, los cuales ponen de manifiesto el deslizamiento de los códigos morales de los consumidores hacia valores de tipo postmaterialista, que dan importancia a cuestiones como la solidaridad, la calidad de vida o el respeto del medio ambiente. Las empresas están empezando a tomar en consideración que, grupos crecientes de consumidores, no sólo exigen calidad en el producto o servicio demandado, sino también estar seguros de que su producción se ha llevado a cabo de acuerdo a ciertos estándares éticos. Analizaremos estos procesos de cambio en el consumidor en el segundo apartado de este trabajo.

Pero la idea no es nueva. Adam Smith ya había dejado algunas pinceladas de lo que a su juicio debía ser un comportamiento ético del comerciante, y Robert Owen, uno de los padres de la cooperación, lo es para muchos también de la responsabilidad social de las empresas. Cooperación y RSE han bebido, por tanto de las mismas fuentes, y deben tener muchos elementos comunes. Esto será discutido en la tercera sección de este artículo.

Si miramos al ámbito español, el interés por la RSE es relativamente reciente. En el caso del sector financiero, han surgido en los últimos años numerosos fondos de inversión llamados éticos. Los grandes bancos y cajas de ahorro son los que primero están tomando posiciones en esta materia, al menos en lo que a comunicación concierne. Las cooperativas de crédito, sin embargo no parecen prestar importancia de forma considerable a estos asuntos. En el cuarto apartado estudiaremos si este fallo de aplicación de la RSE es también un fallo endémico de la cooperación de crédito española.

2.- El papel del consumidor en el discurso sobre la RSE

En, los últimos años, el ámbito científico ha visto crecer exponencialmente el número de trabajos dedicados a estudiar cuestiones relativas a la responsabilidad social, y en especial a cómo lo que se ha dado en llamar "*The Triple Bottom Line*" (económica, social y medioambiental) proporciona ventajas competitivas a las empresas que la integran eficientemente en sus estrategias.

Sin embargo, hasta fechas recientes, para la mayoría, la RSE era vista como un factor adicional de coste para la empresa, que dificultaba su equilibrio financiero. En esta línea, M Friedman (1962 y 1970) veía la RSE como una "doctrina subversiva" y afirmaba que la única responsabilidad social de la empresa es incrementar su beneficio: en una sociedad libre, sólo hay una responsabilidad social de la empresa, usar sus recursos y comprometerse en actividades dirigidas a incrementar sus beneficios.

Siguiendo esta idea neoclásica, la responsabilidad social, al nivel corporativo, ha sido entendida como un elemento más de coste de la empresa, y una carga para su viabilidad financiera. No

obstante, hay estudios -Garz, Volk y Gilles, 2002 y Garz y Volk, 2003, Orlitzky (2000), Graves y Waddock (2000) entre otros- que demuestran que la sostenibilidad es un factor independiente que puede tener una influencia positiva en el resultado financiero, o el valor de la empresa. Visto de este modo, la doctrina de la Responsabilidad Social Corporativa redundaría no sólo en el beneficio de la colectividad, sino también de la propia empresa, y consiguientemente, de sus propietarios.

Así, la filosofía dominante de la creación de valor para el *shareholder* (accionista) está siendo sustituida por filosofías alternativas, como la de la RSE, basada sobre la generación de valor para los *stakeholders* (entorno de la empresa: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medioambiente, accionistas, proveedores, etc.), según la cual la empresa es una organización abierta, cuyos resultados a largo plazo mejoran si no se mantienen relaciones oportunistas con los diferentes grupos de interés que participan en la actividad empresarial. Esta filosofía de la actividad empresarial, ha ganado protagonismo desde la década de los 90, apoyada, entre otros por M. Porter (1992).

En una economía de demanda, los ejecutivos se están rindiendo a la evidencia de que la empresa está dentro de la sociedad y debe considerar las demandas sociales. El consumidor es cada vez más consciente de cómo se produce a la hora de ejercer su demanda. Sin duda este interés se relaciona con el cambio de valores¹ que están experimentando las sociedades industriales avanzadas, como viene demostrando desde 1971 R. Inglehart y es contrastado por las *World Values Surveys* de 1990, 1995 y 2002².

Inglehart (2000) relaciona el cambio de valores con el crecimiento económico, y mantiene que el desarrollo económico y social alcanzado por las sociedades occidentales a partir de la Segunda Guerra Mundial, accesible a proporciones cada vez mayores de población, ha permitido crecientes niveles de seguridad (física y económica) para los individuos, dando éstos paso en su escala de preferencias a valores de tipo postmaterialistas.

Los valores postmaterialistas se relacionan con necesidades no materiales, como las afectivas, de identificación personal, de estima, de expresión individual, de confianza en uno mismo y en el grupo, estéticas, de bienestar subjetivo y de calidad de vida (Díez Nicolás, 286 e Inglehart y Welzel, 2005)). En contraposición, los valores materialistas, enfatizan cuestiones referidas a la seguridad física y económica. Esto no quiere decir que en las sociedades donde prevalecen valores de tipo postmaterialista no se tengan en cuenta los relativos a la seguridad física y económica, sino que, conforme las sociedades se desarrollan económicamente, y se aseguran ciertos estándares de vida para la generalidad de la población, ésta concede más valor a otras cuestiones.

1.- La relación entre el cambio cultural, el cambio de valores y sus consecuencias económicas es tratado en Carrasco (2005).
2.- Vid. literatura de R. Inglehart y World Values Survey <http://www.worldvaluesurvey.com>

Puede constatarse asimismo, que el desarrollo económico produce más cambios hacia valores relacionados con la democracia, como la igualdad, la libertad, la autoexpresión individual, la tolerancia, que hacia valores relativos a formas de gobierno autoritarias, como la obediencia ciega (Welzel and Inglehart, 2005: 2). Además, se puede establecer una pauta de comportamiento general según la cual en las fases tempranas del desarrollo económico las sociedades enfatizan sobre todo las ganancias en bienestar material, pero conforme se incrementa la renta se produce un aumento en la valoración de las cuestiones medioambientales y de estilo de vida (Inglehart, 2000: 215 y ss). Así, la sociedad industrial hizo sobre todo énfasis en el crecimiento económico y la acumulación de riqueza, mientras que la sociedad postindustrial da más importancia a cuestiones como la protección del medio ambiente o a aspectos culturales, incluso aunque puedan colisionar con el objetivo de maximización del crecimiento económico. Los valores de tipo posmaterialista demuestran una mayor apertura de ideas, aceptación de los avances de la ciencia y la tecnología y un sentido de pertenencia global más acusado (compatible en muchos casos con una fuerte identificación con lo local).

Por esta razón, grupos cada vez más numerosos de población en algunos países ricos, empiezan a exigir a las empresas eficiencia económica y social. La satisfacción de los clientes no acaba con la calidad de los productos o los servicios. Estos grupos sociales están demandando nuevos bienes y servicios que incorporan cuestiones éticas en su producción (justicia social, equidad, respeto con el medio ambiente). Están apareciendo nuevos huecos de mercado. Las empresas que operen en ellos deberán aplicar una lógica empresarial diferente. Además, para las empresas, estos cambios culturales, sociales, demográficos y tecnológicos han hecho que los riesgos sociales y medioambientales sean hoy más significativos que en el pasado y mucho más volátiles (Cowe, 2004:20), por lo que estas cuestiones deben ser tenidas en cuenta a la hora de gestionar los riesgos de la empresa.

En España, una encuesta de PriceWaterhouse Coopers (2005) demuestra que hay un segmento de consumidores sensibles a la RSE, que, aunque no es muy activo a la hora de buscar o pagar por productos socialmente responsables, sí está dispuesto a castigar los comportamientos empresariales no responsables (el 74 por 100 de los encuestados así lo manifiesta). Estos consumidores se muestran especialmente interesados por el bienestar de los empleados y el respeto por el medio ambiente, y cuando identifican claramente algún producto como responsable, es más proactivo a su compra. Todo ello no obstante, los consumidores se consideran desinformados sobre RSE y su actitud no es activa a la búsqueda de información, si bien sí muestran interés cuando la información es accesible. También se muestran desconfiados, pues perciben que algunas empresas utilizan la RSE como reclamo publicitario.

Hoy en día, por tanto, las empresas no pueden ignorar el hecho de que volúmenes crecientes de población se preocupan por problemas globales. Por esta razón, y aunque sea desde un punto de vista utilitarista, las empresas en general, y las cooperativas en particular, tendrán que aplicar, como explica Cabrillo (1991: 102), "la ética como eficiencia". En este sentido, hemos de destacar, que el comportamiento ético no implica necesariamente una acción altruista o desinteresada, sino que conjuga el interés del empresario con el de clientes, proveedores o el resto de stakeholders.

3.- Responsabilidad social y cooperación

3.1. Orígenes de la RSE y cooperación

Sin embargo, no son tan nuevos estos planteamientos de la RSE, pues antes de que Smith propusiera su famosa idea de la “mano invisible” en la Riqueza de las naciones, ya había planteado en sus Lecciones en la Universidad de Glasgow, la necesidad de mantener un comportamiento ético para maximizar el beneficio a largo plazo:

“Un comerciante se preocupa por la pérdida de su calidad moral, y es escrupuloso observando cada trato. Cuando una persona hace quizás veinte tratos en un día, no puede ganar tanto intentando imponerse a sus vecinos, ya que el mínimo indicio de engaño le haría perder. Cuando la gente rara vez comercia con otros, encontramos que están más dispuestos a engañar, porque pueden ganar más de una pícara estafa de lo que puede perder por el daño que ello hace a su calidad moral. [...] el negociante prudente que es congruente con su propio interés, elegiría perder un poco antes de dar motivo de sospecha”

Traducido de A. Smith, *Lectures on Jurisprudence* [327-328]

Como vemos, la máxima de que la honradez es rentable, se desprendía ya de los escritos de Smith, cuando señalaba que el objetivo de un comerciante cuando realiza un número de operaciones mercantiles cada día, no es obtener un beneficio máximo de cada una de ellas, sino del total de las operaciones. Por esta razón, mentir o engañar puede hacer que caiga el número de operaciones futuras, disminuyendo el beneficio total. El comportamiento honrado, explica Smith, tiene una razón comercial.

Como afirma Sen (1989), posiblemente una de las principales deficiencias de la economía contemporánea es la reducción de la amplia visión smithiana de los seres humanos. En efecto, lo que ha trascendido de Smith ha sido fundamentalmente su idea de que el mecanismo de mercado puede, por sí sólo, proporcionar el bien general a la sociedad. Este planteamiento se incardinó en la corriente utilitarista, desarrollada por Mill y Sidgwick sobre la base de los planteamientos individualistas que Bentam había elaborado bajo inspiración de David Hume. El utilitarismo, enriquecido con las ideas sobre la propiedad de Locke, da paso al liberalismo económico, corriente económica hegemónica hasta que escándalos financieros y desastres ecológicos han abierto otros campos de reflexión que recuperan una característica esencial del ser humano: la conciencia moral.

No debemos, no obstante, olvidar que la búsqueda del interés individual era para Smith el medio de alcanzar el bien común, motivo, para él, de preocupación, al igual que para otros clásicos ingleses como John Stuart Mill o Robert Owen.

Owen, el socialista utópico, uno de los padres de la cooperación, lo es también de la RSE (Bestratén y Pujol, 2004). En su autobiografía, afirma haber tenido relaciones de amistad con muchos profesores de las universidades de Edimburgo y Glasgow, que en ese momento se enriquecían del renacimiento de la filosofía moral, encabezado por David Hume y Adam Smith. (Gordon, 1993), por lo que podemos pensar que Owen conocía los planteamientos morales de Smith.

Preocupado por las condiciones laborales de los trabajadores, que calificaba de inhumanas por lo precario de la salubridad en los centros de trabajo y las agotadoras jornadas laborales, Owen mejoró las de sus propios obreros, reduciendo horarios de trabajo, logrando limitar la jornada laboral de mujeres y niños, fundando colonias comunitarias, basadas en la propiedad colectiva, donde la producción y el consumo se harían en común. Se preocupó así por proporcionar alimento, vivienda y educación para los trabajadores (propugno incluso un Sistema de Instrucción para Adultos).

Como a continuación veremos, esto, que nos recuerda a algunos Principios Cooperativos, está también en el núcleo de la Responsabilidad Social de la Empresa, por lo que podemos concluir que ambas han nacido de un tronco común: el interés de algunos autores clásicos por el bienestar colectivo.

3.2. Principios cooperativos y RSE

Tal y como define la Alianza Cooperativa Internacional, “una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática”. En esta definición podemos entrever cuestiones relacionadas con la RSE, que quedan mucho más claras en la especificación de los valores cooperativos: “las cooperativas están basadas en los valores de autoayuda, la auto responsabilidad, la democracia, la igualdad y la solidaridad. En la tradición de sus fundadores, los socios cooperativos hacen suyos los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación social”

Como es sabido, estos valores se concretan en siete Principios Cooperativos. De ellos, los tres últimos, nos remiten de forma muy explícita a cuestiones relacionadas con la RSE:

El Quinto principio, de educación, formación e información, habla de la necesidad de que las cooperativas proporcionen educación y formación a los socios, a los representantes elegidos y a los empleados. Por su parte, el sexto principio, de cooperación entre cooperativas, afirma que “las cooperativas sirven a sus socios lo más eficazmente posible y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando

mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales". Finalmente, el séptimo principio, de interés por la comunidad, especifica que las cooperativas trabajan por el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por los socios. Queda claro, por tanto el compromiso de la cooperativa con la comunidad, con los trabajadores, y también con el medio ambiente (desde el momento que se afirma el compromiso con el desarrollo sostenible).

Profundicemos más en estas cuestiones a partir de lo que de la Cuesta y Valor, (2003: 8 y ss) llaman "las responsabilidades sociales de la empresa" que se clasifican en tres tipos:

a) Responsabilidad económica: como se decía más arriba, tradicionalmente se ha venido pensando que la responsabilidad de la empresa es conseguir el máximo beneficio y valor para la empresa y sus propietarios. Sin duda esto es cierto desde posiciones "friedmanistas", pero no desde otros parámetros éticos. Hoy parece ganar terreno la proposición de que en el campo económico, la responsabilidad de la empresa es maximizar el valor, y para esto es necesario asegurar unos beneficios satisfactorios en el largo plazo, lo cual enlaza más con la idea de Smith de mantener una ética en los negocios, para garantizar el máximo beneficio a largo plazo.

La empresa cooperativa, aunque como empresa tiene que velar por su eficiencia económica para asegurarse su supervivencia, debe no obstante vigilar más la utilidad que provea a sus socios y a la sociedad en la que se inserta. Para cumplir con esta misión a largo plazo, la cooperativa debe prestar más atención al valor de la empresa que al propio beneficio, y como se ha dicho, un comportamiento ético, a la par de una gestión eficiente, es lo que asegura dicha estabilidad a largo plazo.

Pero, para la empresa, crear valor no debe limitarse a hacerlo para el propietario. Un empresa socialmente responsable también crea valor cuando ofrece un buen servicio al cliente, a precios competitivos y proporcionándole bienes y servicios de calidad; de igual modo, también crea valor cuando paga un precio justo, sin abuso de posiciones de dominio de mercado a los proveedores; o cuando remunera a los asalariados de forma justa, preocupándose por su estabilidad laboral y su formación.

En este último sentido, las cooperativas son las formas empresariales que generan un empleo más estable³. Además, el quinto principio cooperativo, incide expresamente en la preocupación que la cooperativa debe tener desde el punto de vista de la formación, tanto por los socios como por los empleados, por lo que de nuevo se aprecia claramente la coincidencia entre este principio cooperativo y las exigencias de la RSE.

3.- Como se demuestra en los distintos artículos del número 32 de la revista CIRIEC-España, de diciembre de 1999, entre otras muchas publicaciones.

b) Responsabilidad sociocultural: la RSE desde el punto de vista político y sociocultural supone el respeto de la letra y el espíritu de las leyes, el respeto de las costumbres y la herencia cultural, así como la necesidad de involucrarse en la vida política y cultural (De la Cuesta y Valor, 2003: 11). El desarrollo del séptimo principio cooperativo, de interés por la comunidad, garantiza el cumplimiento de estos objetivos sociales. Allí donde el Movimiento Cooperativo se ha desarrollado más profundamente, como puede ser el caso de Québec, con el "Mouvement Desjardins", existe una larga tradición de colaboración con las instancias políticas en el diseño y aplicación de políticas para el desarrollo local, lo cual, como se decía, es coherente con el desarrollo del séptimo principio cooperativo y con el desempeño de la RSE.

c) Responsabilidad medioambiental: también la RSE exige responsabilidad medioambiental, en tanto en cuanto demanda contribuciones de la empresa con el desarrollo sostenible, pues éste propugna la búsqueda de modelos de crecimiento respetuosos con el medio ambiente y que primen la utilización del potencial endógeno de crecimiento. La colaboración con el desarrollo sostenible se hace expresa en el séptimo principio cooperativo, por lo que de nuevo se hace evidente la coincidencia entre éstos y las responsabilidades sociales de la empresa.

Podemos concluir por tanto que la aplicación de la RSE es coherente con la profundización de algunos Principios Cooperativos, o al contrario, que la aplicación rigurosa de los Principios Cooperativos está en línea con los mandatos de la RSE. Además, según lo visto en el apartado anterior, si la RSE responde a las exigencias de los nuevos contextos culturales, podemos afirmar que la cooperación, también lo hace.

4.- La Responsabilidad Social de la Empresa en España: el caso de la cooperación de crédito

A pesar de que, como hemos visto, RSE y cooperación tienen muchos puntos en común, y que las experiencias de la economía social y cooperativa se han ido asentando en el panorama empresarial español desde hace ya mucho tiempo, el interés por la RSE como tal, es relativamente reciente, y se ha desarrollado principalmente en el sector financiero, con la aparición de los "productos financieros éticos" (especialmente fondos de inversión). Estas nuevas formas de canalizar el ahorro están surgiendo promovidas o auspiciadas por organizaciones sociales, y están poniendo de manifiesto que es posible compatibilizar rentabilidad económica con responsabilidad social.

Esta idea de la inversión socialmente responsable, nace, según muchos en Estados Unidos, en los años veinte, al amparo de la iglesia metodista, aunque se difunde en los años setenta, cuando grupos sociales, preocupados por la justicia social empezaron a poner interés en el destino de sus aho-

rros. Este tipo de entidades buscan a la vez que obtener un beneficio económico para los partícipes de los fondos o de otros activos financieros, financiar actividades económicas con un impacto social positivo, excluyendo de sus carteras de clientes a las empresas que no observan un comportamiento ético.

Casos como el de Oikocredit (1974), y Oekobank (1988) en Alemania, la Banca Ética Italiana (una red de numerosas cooperativas de crédito), o el Cooperative Bank inglés (1990) demuestran que es posible mantenerse en el mercado aplicando rigurosamente los criterios de la RSE, todo ello bajo la organización cooperativa.

Como ejemplo, podemos tomar la *Política de responsabilidad social y sostenibilidad ecológica* que el Cooperative Bank viene aplicando desde finales de la década de los 90. En ella, se distinguen dos facetas bien diferenciadas, la interna y la externa.

En la primera destacan medidas como la igualdad de oportunidades en el trabajo; la formación en cuestiones éticas y ecológicas de los equipos directivos del banco; el establecimiento de un Sistema de Gestión Medioambiental; el desarrollo de productos financieros éticos y ecológicos; la exigencia a los proveedores de una cierta coherencia con los principios éticos y medioambientales de la entidad; o la identificación de oportunidades de negocio que puedan demostrar su compromiso con la mejora del medio ambiente, amén de una batería de medidas para hacer la actividad ordinaria del banco más respetuosa con el medio ambiente (reducir las emisiones de gases, el consumo de papel, eliminación de PVC de las tarjetas de crédito del banco, mejora de los sistemas de reciclaje de muebles, equipos informáticos, etc).

En cuanto a la faceta externa, la entidad distingue claramente cómo no debería ser invertido el dinero de los clientes. Así, busca no invertir o financiar actividades en países que no respeten los derechos humanos, en actividades relacionadas con el negocio de armamento en países con regímenes opresivos, o el lavado de dinero negro. Al mismo tiempo, intenta apoyar y animar actividades como las que promuevan el concepto de "Comercio Justo", las organizaciones de la Economía Social o aquellas que tomen una actitud activa en cuanto al impacto medioambiental de la propia actividad.

Todas estas políticas son evaluadas regularmente por los clientes, para desarrollar la Política Ética de la entidad de forma coherente con los deseos de la población. Vemos, por tanto, que los bancos modernos pueden desempeñar su actividad de una forma competitiva, socialmente responsable y flexible para ir integrando los cambiantes valores de la sociedad, todo ello de una manera pública, abierta y supervisada desde el exterior, para mantener la confianza de los depositantes en la entidad.

En España, como se decía, también han aparecido en los últimos años muchas entidades que gestionan fondos de inversión éticos. Sin embargo, no parece que las cooperativas de crédito estén reparando en la importancia y en las oportunidades que abre la aplicación estricta y convencida de la RSE. Ni siquiera de las posibilidades de negocio que pueden abrir los productos financieros éti-

cos. Según demuestra Valor (2005) sólo el 33 % de las entidades encuestadas en el trabajo que coordina, tienen previsto potenciar productos de inversión socialmente responsables, y el 55 por 100 no ofrece ningún producto de este tipo. En media, sólo el 0,44 por 100 de los activos de las entidades encuestadas está colocado en activos socialmente responsables.

Podemos decir que este es un fallo de RSE en entidades que deberían estar especialmente abocadas a sus principios. Además, si asumimos que el desarrollo de los Principios Cooperativos es coherente con la RSE y viceversa, el panorama en la cooperación de crédito española no es muy alentador, pues, como demuestran Chaves y Soler (2004: 123 y ss), tan sólo el 20 por 100 de los miembros de los consejos rectores tienen estudios sobre cooperativismo; el 14,3 por 100 de las cooperativas de crédito encuestadas realizan balance social cooperativo, un 17,9 por 100 lo tienen en proyecto realizar, y un aplastante 67,9 por 100 no realiza ni tiene en proyecto realizarlo. Por su parte, el dividendo social, o parte de los resultados que se destina al entorno social, supuso en 2003 el 12 por 100 del total de los resultados de las cooperativas de crédito consideradas, muy cerca de lo legalmente estipulado.

Esto último viene a confirmar lo que ya se mantuviera en Carrasco (1997: 408 y ss) para las cajas rurales: las actuaciones de carácter social de estas entidades son muy numerosas pero de escasa cuantía, y lógicamente, de reducido impacto. La no existencia, en la mayoría de ellas, de elementos como una fuerte ideología cooperativa, y la aplicación de laxas prácticas cooperativas hace que los socios no lo perciban como fallo de la cooperación, que es, al mismo tiempo fallo de la RSE. Esto se refuerza si se tiene en cuenta, como se afirmaba en el trabajo antes citado, que las cajas rurales de la zona estudiada desempeñaban un papel en la promoción del desarrollo económico que no iba mucho más allá del que cumplían como entidades financieras.

A pesar de ello, destaca la labor realizada por este tipo de entidades en lo concerniente a la inclusión en los circuitos financieros de la población con menores niveles de renta, como demuestran Palomo y Valor (2001: 221 y ss). De igual forma, si consideramos como indicador de eficiencia social la presencia relativa de la institución, podríamos generalizar al conjunto nacional las conclusiones obtenidas por Carrasco, Castaño y Pardo (2000) para la comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha quienes confirman que como consecuencia de la mayor disponibilidad de servicios bancarios ofrecidos por el crédito cooperativo, éste es más eficiente desde el punto de vista social que el resto de entidades.

Sin embargo, esto último, aunque positivo, está muy lejos de los planteamientos estratégicos de las entidades antes mencionadas como ejemplo, relativos a la RSE. También parece estar muy lejos de los planteamientos estratégicos de las grandes sociedades, y en particular, de las dedicadas al negocio bancario, que como afirman Garz y Volk (2003), son las que prestan más atención, a cuestiones relacionadas con la RSE, o al menos, llevan a cabo una mejor labor de comunicación exterior de sus políticas. Más del 20 por 100 de las empresas que cotizan en los índices de sostenibilidad DJSI y FTSE4Good son bancos.

De todos modos, España es uno de los países de Europa con menor porcentaje de ahorro invertido de acuerdo a criterios RSE, ya que tanto las empresas españolas, como los poderes públicos se están incorporando con retraso a las tendencias internacionales de la RSC (Lafuente, Viñuales, Pueyo y Llaría: 2004). Esto, posiblemente se deba a que la sociedad española está accediendo mayoritariamente con cierto retraso a los valores de tipo posmaterialista, en lo que, por ejemplo las anglosajonas son pioneras, como lo es también, el gobierno inglés en la regulación legal de las cuestiones relativas a la RSE.

Aún así, las empresas españolas, concluye un estudio de PriceWaterhouse Coopers (2003), se están dando cuenta de que la RSE es una inversión a largo plazo que afecta positivamente a la rentabilidad de la empresa, al mejorar la reputación, la obtención de ventajas competitivas y las relaciones con los *stakeholders*. En relación con esto último, indican Chaves y Soler (2005: 119) que la visión *multistakeholders* del gobierno de la empresa, que es la coherente con la idea de RSE es especialmente oportuna para las cooperativas, y en especial para las cooperativas de crédito, por cuanto que la finalidad de las mismas no es tanto la maximización del beneficio para los propietarios, como ofrecerles servicios financieros de calidad.

5.- Reflexiones finales

Podemos hablar de varias vías de presión para que las empresas cooperativas incorporen planteamientos de RSE en sus estrategias:

La político-jurídica: se están multiplicando los foros de diálogo, las campañas y las actuaciones públicas para promover la responsabilidad social en las empresas. Todo ello, desde la voluntariedad. Sin embargo, algunos países, como Inglaterra, están dando algunos pasos más firmes, como lo demuestra el hecho de contar con un Ministerio para la Responsabilidad Social Corporativa desde 2000, incentivos fiscales y algunas leyes, que apoyan el desarrollo de la RSE en este país.

Sin embargo, en la mayoría de países, es especial los del sur, los incentivos o limitaciones son insuficientes. Normalmente, la RSE permanece en el ámbito de la voluntariedad de la empresa, y muchas veces cuestión de marketing. Por este carácter voluntario, y por la falta de regulaciones, la información que se recibe de las empresas que están dispuestas a facilitar un balance social, no es homogénea, por lo que no es posible comparar el comportamiento de las empresas. Además, no suele haber control sobre la externalización de la actividad productiva, por lo que una empresa puede presentar un balance social muy adecuado (por razones de imagen) al tiempo que traspasa las actividades menos acordes con la filosofía de la RSE a empresas de países terceros, no controladas.

Todo esto no obstante, parece que el interés mostrado por las diferentes instancias y organismos internacionales, poco a poco irán dando como resultado la regulación y normalización de las actuaciones de la empresa respecto a la RSE.

Otro foco de presión es el sociológico, pues la satisfacción de los consumidores, en grupos crecientes de población, no acaba con la calidad de los productos o servicios, sino que exigen que estos tengan en cuenta en sus procesos productivos cuestiones éticas como la justicia social, la equidad o el respeto al medio ambiente. Esto, sin duda, se relaciona con el cambio de valores que gradualmente viven las sociedades, que en las más desarrolladas están virando hacia valores de tipo posmaterialista.

Los ejecutivos se están rindiendo a la evidencia de que la empresa es un agente social más, y debe ser receptiva a las demandas del resto de agentes, en particular de aquéllos con los que la empresa se relaciona (*stakeholders*). El discurso sobre la RSE, recoge valores de tipo posmaterialista, por ello está más desarrollado en las sociedades que más han avanzado hacia este paradigma sociológico.

A pesar de ello, si como se ha constatado, las sociedades caminan hacia este paradigma conforme mejoran su renta, y por tanto garantizan sus necesidades fundamentales, cabe esperar que el desarrollo económico de los países del sur de Europa (entre ellos España), más la creciente presión por parte de los organismos internacionales, tengan como resultado una profundización de la RSE en las empresas, pasando a ser integrada en sus estrategias.

Las cooperativas, como el resto de las empresas deberán integrar la RSE en sus estrategias en un sentido utilitarista, porque esto les proporciona ventajas competitivas, relacionadas con la reputación (cómo los consumidores ven la empresa), la mejora de la contabilidad y la transparencia, la gestión de riesgos (que tiene que ver con la gestión de la confianza de los inversores), o la mejora del capital humano (una de las cuestiones clave de la ventaja competitiva de las empresas en el entorno actual). En este sentido, las empresas buscarían la ética como eficiencia, en el más puro smithiano.

Por último, una tercera fuente de presión es la moral, derivada del origen común de la cooperación y la RSE. Como se ha visto, el concepto de responsabilidad social corporativa es inherente al de economía social, y más concretamente al de la cooperación. Así, la aplicación y profundización de los propios Principios Cooperativos supondría avanzar en la RSE de la cooperativa.

No es por ello de extrañar, que el bajo interés mostrado por las cooperativas de crédito españolas, sea paralelo a la escasa atención prestada al desarrollo de los valores cooperativos, que se limita, en muchos casos a la realización de las inversiones sociales mínimas obligadas por la ley. Llama la atención que ni siquiera esto es utilizado como estrategia de marketing.

En conclusión: existe la necesidad de profundizar en los Principios Cooperativos, no sólo por mandato del propio Movimiento Cooperativo, sino por imperativo de la sociedad y de los mercados, que

exigen en segmentos cada vez mayores la “trazabilidad” ética de los productos, el establecimiento de controles, códigos de buen gobierno y códigos éticos en la gestión de las empresas, el establecimiento de diálogo con los grupos de interés, la construcción de la credibilidad, y el estableciendo de mecanismos de medición de la RSE, utilizando prescriptores y sistemas de verificación.

Bibliografía

- BESTRATÉN, M y PUJOL, L. (2004): “La responsabilidad social de las empresas (I): conceptos generales” *Documentación NTP*, nº 643. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. <http://www.mtas.es>
- CABRILLO, F. (1991): “Dos reflexiones sobre la ética, la economía y el derecho” *ICE*, monográfico sobre Ética y Economía, nº 691, pp. 101-108
- CARRASCO, I. (2005): “Ética, cultura y economía” *ICE*, nº 823, junio, pp.189-198.
- CARRASCO, I. (1997): *La financiación agraria a través de las cooperativas de crédito. Un estudio de oferta y demanda para el caso de la provincia de Albacete*. Tesis doctoral. Universidad de Castilla-La Mancha.
- CARRASCO, I.; CASTAÑO, M.S. y PARDO, I. (2000): “Crisis del estado de bienestar y eficiencia social de las entidades de crédito cooperativo. Un análisis del impacto en el desarrollo local de algunas cajas rurales castellano-manchegas”. Comunicación presentada a las IV Jornadas de Política Económica: La Unión Europea y el debate sobre el Estado del Bienestar. Tenerife 4 y 5 de diciembre.
- CHAVES, R. y SOLER, F. (2004): *El gobierno de las cooperativas de crédito en España*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y CIRIEC-España, Valencia.
- COMISIÓN EUROPEA (2001): *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas, 18-7-2001. Documento COM (2001) 366 Final.
- COOPERATIVE BANK (varios años): *Annual Report*
- COWE, R. (2004): *Risk Returns and Responsibility*. Association of British Insurers, London.
- DE LA CUESTA, M. y VALOR, C. (2003): “Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España”, *Boletín ICE Económico*, nº 2755, pp. 7-19
- DÍEZ NICOLAS, J. (-): “ La escala de posmaterialismo como medida del cambio de valores en las sociedades contemporáneas” [http:// www.worlvaluessurvey.org](http://www.worlvaluessurvey.org).

- FRIEDMAN, M. (1970): "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits" *The New York Times Magazine*, 13 de septiembre. Descargado el 23 de Julio de 2005 de www-rohan.sda.edu
- FRIEDMAN, M. (1962): *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press, Chicago.
- GARZ, H.; VOLK, C.; y GILLES, M. (2002): "More Gain than Pain. SRI: Sustainability pays off". <http://www.sustainability-indexes.com>
- GARZ, H. y VOLK, C. (2003): "Inside RSI. Update 'More Gain than Pain' & a fresh look at new index structures" <http://www.sustainability-indexes.com>
- GORDON, P. (1993): "Robert Owen (1771-1858)", *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada* (UNESCO), vol. XXIV, nº 1-2, pp. 279-297.
- GRAVES, S. B y WADDOCK, S. (2000): "Beyond 'Built to Last: An Evaluation of Stakeholder Relationships in 'Built-to-Last' Companies". *Business and Society Review*, 2000, 105 (4), pp. 393-418.
- INGLEHART, R. (2000): "Globalisation and Postmodern values", *Washington Quarterly*, 23 (1), pp. 215-228.
- INGLEHART, R. y WELZEL, C. (2005): "Exploring the Unknown: Predicting the Responses of Publics not Yet Surveyed", *International Review of Sociology*, 2005 (en prensa)
- LAFUENTE, A.; VIÑUALES, V.; PUEYO, R. y LLARÍA, J. (2004): *La Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas. Informe 2004*. colección "La empresa de mañana". <http://www.ecodes.org>
- OCDE (2000): *Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales*. <http://www.oecd.org>
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2000): *Declaración Tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social*. <http://www.ilo.org>
- NACIONES UNIDAS (2000): *The Global Compact*. <http://www.unglobalcompact.org>
- ORLITZKY, M. (2000): *Corporate Social Performance: Developing Effective Strategies*. Centre for Corporate Change. <http://www.ccc.agsm.edu.au>
- PALOMO, R. y VALOR, C. (2001): *Banca Cooperativa. Entorno financiero y proyección social*. UNACC, Madrid.
- PORTER, M.E. (1992): "Capital Choices: Changing the Way America Invests in Industry," *Journal of Applied Corporate Finance*, septiembre, 5(2), pp. 4-16.
- PRICEWATERHOUSE COOPERS (2005): *La actitud del consumidor hacia la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)*. <http://www.pwc.com/es>
- PRICEWATERHOUSE COOPERS (2003): *Responsabilidad Social Corporativa: Tendencias empresariales en España*. <http://www.pwc.com/es>

SEN, A. (1989): *Sobre ética y economía*. Alianza Editorial, Madrid.

SMITH, A. (1982): *The Glasgow Edition of the Works and Correspondence of Adam Smith*. Vol. V. Lectures on Jurisprudence- report dated 1766, ed. R.L. Meek, D.D. Raphael y P.G. Stein. Indianapolis: Liberty Fund. Edición online bajo licencia de Oxford University Press. <http://www.oll.libertyfund.org>

TULEJA, T. (1985): *Beyond the Bottom Line*, Facts on File Publications, New York.

VALOR, C. (Coord.); GARCÍA VILLALOBOS, J.C.; ISABEL DOPACIO, C.; ITURRIOZ, J., MATEU, J.L., MERINO, A.; PALOMO, R.J. (2005): *Inversión socialmente responsable en las entidades financieras de economía social*, Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Madrid.

WELZEL, C. e INGLEHART, R. (2005): "Liberalism, Postmaterialism, and the Growth of Freedom: The Human Development Perspective", *International Review of Sociology*, en prensa.