



Estudios de Economía Aplicada

ISSN: 1133-3197

secretaria.tecnica@revista-eea.net

Asociación Internacional de Economía
Aplicada
España

SERVER IZQUIERDO, RICARDO J.; VILLALONGA GRAÑANA, INMACULADA
Responsabilidad social y cooperativismo. El Fondo de Educación y Promoción (FEP) como indicador
social en el caso del cooperativismo de crédito
Estudios de Economía Aplicada, vol. 26, núm. 1, diciembre, 2008, pp. 133-157
Asociación Internacional de Economía Aplicada
Valladolid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30114081004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Responsabilidad social y cooperativismo. El Fondo de Educación y Promoción (FEP) como indicador social en el caso del cooperativismo de crédito

RICARDO J. SERVER IZQUIERDO e INMACULADA VILLALONGA GRAÑANA
Centro de Investigación y Especialización en Gestión de Empresas (CEGEA)
Departamento de Economía y Ciencias Sociales
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA
Facultad de Administración y Dirección de Empresas
Edificio 7-J (3ª planta). Camino de Vera s/n. Valencia 46022
e-mail: rjserver@esp.upv.es

RESUMEN

La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) conduce a un modelo de entidad que amplía su preocupación, de forma voluntaria, aglutinando a un mismo nivel aspectos económicos, sociales y medioambientales, debiéndose considerar su introducción en las estrategias empresariales, más como una inversión que como un gasto, ya que aportará a la entidad una ventaja competitiva que asegurará su viabilidad a largo plazo ante la demanda de la sociedad de comportamientos empresariales socialmente responsables.

En el presente trabajo se revisa la interrelación existente entre los postulados del comportamiento socialmente responsable y lo que se indica en los principios en los que basan su comportamiento las Sociedades Cooperativas, poniendo de manifiesto que el Fondo de Educación y Promoción, partida singular y característica de las mismas, es un indicador válido para evaluar la RSE en el cooperativismo de crédito, ya que en su aplicación se recogen los aspectos más relevantes atribuidos a un comportamiento socialmente responsable.

Palabras clave: Responsabilidad social, cooperativismo de crédito, desarrollo sostenible, estrategia empresarial.

Social Responsibility and Cooperativism. The Fund for Education and Promotion (FEP) as a Social Indicator in the Case of Cooperativist Credit

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) leads to an institution model that voluntarily overspans its initial domain, binding at the same level economic, social and environmental aspects. Its introduction in business strategies must be considered more as an investment than as an expense because it will provide the organization with a competitive advantage that will ensure its long-term viability due to the increase in the demand for socially responsible corporate behaviour.

This paper reviews the relationship between the socially responsible behaviour and what is stated as the guiding principles on which Cooperative Societies base their behaviour, showing that the Fund for Education and Promotion, as a characteristic budgetary item, is a valid indicator for assessing RSE in credit cooperatives, since its implementation reflects the most relevant aspects of a socially responsible behaviour.

Keywords: Social responsibility, cooperative credit, sustainable development, business strategy.

Clasificación JEL: G20, G39, L30.

Artículo aceptado para su publicación en marzo de 2008.

Artículo disponible en versión electrónica en la página www.revista-eea.net, ref. 26-26112.

ISSN 1697-5731 (online) – ISSN 1133-3197 (print)

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

En los procesos de gestión de empresas, sea cual sea su forma jurídica, el fenómeno de la responsabilidad está adquiriendo cada vez una mayor importancia, derivada en gran medida de la creciente demanda social, para que las empresas introduzcan en sus modelos de gestión aquellas pautas que conduzcan a desarrollar un comportamiento “socialmente responsable”.

La puesta en práctica del citado comportamiento requiere el cumplimiento de los postulados que se recogen en el concepto de Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), que amplía su preocupación hacia una nueva dimensión empresarial que podemos sintetizar bajo el término de “sostenibilidad” que engloba a un mismo nivel los aspectos económicos, sociales y medioambientales.

Los objetivos que se pretenden obtener en esta investigación, son entre otros poner de manifiesto que la observación de los principios y valores cooperativos enunciados en 1995 por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) constituyen un código de conducta cuya aplicación es el fundamento para desarrollar un comportamiento socialmente responsable, y en este sentido el Fondo de Educación y Promoción (FEP), partida singular de las sociedades cooperativas puede ser un indicador válido para su evaluación, efectuando su análisis para el caso del cooperativismo de crédito.

Para la obtención de los objetivos planteados, partimos de un estudio empírico basado en los datos obtenidos a través de una encuesta realizada a 64 cooperativas de crédito de las 83 que en 2003 pertenecían a la Unión Nacional de Cooperativas de Crédito (UNACC) y a las que se les solicitaba información acerca de la dotación y utilización del FEP, durante los años 1999 y 2003.

Con estas premisas, en el presente trabajo se parte del concepto de RSE y su interrelación con los principios cooperativos, denotando el papel de estrategia de competitividad empresarial que puede representar su aplicación.

Paralelamente se aborda con detalle el origen y el destino del FEP en el cooperativismo de crédito evidenciando la bondad del mismo como indicador de la RSE.

2. CONCEPTO Y EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

La Responsabilidad Social, según se indica en el Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”¹ publicado por la Comisión Europea en 2001, como consecuencia del mandato realizado en el Consejo Europeo de Lisboa celebrado en marzo del 2000, se trata esencialmente de “un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” y se define como “la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

¹ LIBRO VERDE Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. <http://europa.eu.int/comm/off/green/index-es.htm>

Es decir, la RSE aglutina a un mismo nivel, bajo el concepto de Sostenibilidad, tres aspectos fundamentales, como son los aspectos económicos no recogidos en las Cuentas Anuales tradicionales, los aspectos sociales y los medioambientales.

Desde la década de 1970, han ido surgiendo iniciativas en diferentes países para la promoción del Desarrollo Sostenible y de la RSE.

En el Informe Brundtland presentado en 1972, se delineaban las bases para la teoría del Desarrollo Sostenible, definiéndolo la Comisión Brundtland como “aquel que satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”.

Es destacable también el ejemplo francés, con la iniciativa legal propuesta en 1977. Se aprobó por parte de la Asamblea Nacional, el proyecto de Ley sobre Balance Social. Se trataba de una iniciativa legal que obligaba a las empresas de más de 300 empleados a tener que presentar anualmente datos acerca de su actuación frente a temas de índole social recogidos en una serie de indicadores, denominados indicadores sociales.

En 1992 se publicó el Informe Cadbury, que se puede considerar como el primer estudio sobre el gobierno corporativo de las empresas.

Posteriormente, hemos de señalar el caso del Reino Unido, donde en Junio de 2002 la Cámara de los Comunes aprobaba la “Corporate Responsibility Act”, norma de aplicación para todas las compañías que operaban en el Reino Unido, que determina las nuevas obligaciones en materia de transparencia informativa.

Según esta Norma, las compañías están llamadas a la elaboración y publicación de informes de “Triple Bottom Line” o de “Triple resultado”, reflejando sus resultados anuales en los distintos ámbitos que constituyen lo que se denomina RSE, concepto que abarca aspectos financieros, sociales y medioambientales, con la consulta a los correspondientes stakeholders para configurar dicha información.

También en la Unión Europea, se presentó el 4 de Noviembre del año 2002 el Informe Winter, informe de la comisión de expertos designada por la Comisión Europea para la reforma y modernización del derecho societario en Europa, que pretendía fomentar la adaptación del derecho societario en Europa a las exigencias de la culminación del mercado único, a agilizar y optimizar el funcionamiento de los mercados de valores y a fomentar el uso de las modernas tecnologías para mejorar los procesos societarios y la generalización de prácticas uniformes de buen gobierno corporativo.

Este informe aconsejaba a los Estados Miembros la elaboración de un código nacional de buen gobierno para las empresas cotizadas, lo que en España se tradujo en la creación de la llamada Comisión Aldama que, continuando con el trabajo recogido en el Informe sobre el gobierno de las sociedades cotizadas, también denominado Informe Olivencia, código ético elaborado en 1998 para las empresas cotizadas, desembocó en la elaboración del Informe de la Comisión Especial para el Fomento de la Transparencia y Seguridad en los Mercados y en las Sociedades Cotizadas, más conocido como Informe Aldama, en la elaboración de un Libro Blanco sobre la Contabilidad de la Empresa, y en la Ley de Transparencia (Ley 26/2003).

A nivel internacional, fuera del entorno de la Unión Europea, se deben citar entre otras iniciativas, el Informe King II, código de gobierno de las empresas sudafricanas cotizadas, que hace hincapié en que las prácticas de gobierno corporativo deben atender las demandas de los distintos grupos de stakeholders a través de la elaboración de Informes de Triple bottom line, o en Estados Unidos, la Ley Sarbanes Oxley, aprobada en julio de 2002.

3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA

Todas aquellas entidades que adopten prácticas de comportamiento socialmente responsables, deben ponerlo de manifiesto mediante la redacción de los denominados Informes o Memorias de Sostenibilidad, documentos que recogen el comportamiento de dichas entidades frente a aspectos económicos, sociales y medioambientales.

El porqué de la importancia que ha experimentado la Responsabilidad Social, con la redacción de informes en distintos países en estos últimos años, podríamos encontrarlo en los escándalos financieros aparecidos en los medios de comunicación, debido al falseamiento de los datos financieros de empresas bien situadas en el ranking de reputación empresarial, ocultando así su verdadera situación, caso por ejemplo de Enron y Worldcom, implicando además en el fraude a la empresa auditora Andersen por ocultar dicho fraude, que ha desembocado en una pérdida de la confianza en las empresas.

Para tratar de recuperar esta confianza perdida, las empresas se han visto en la necesidad de mostrar al conjunto de la sociedad más información de la que tradicionalmente proporcionaban. No ofreciendo únicamente la información económica que se recoge en las Cuentas Anuales, sino también toda aquella información relativa a las actuaciones realizadas respecto a temas sociales y medioambientales.

Son ejemplos de comportamientos socialmente responsables los siguientes:

- (a) Respecto a los empleados, se trataría de todas aquellas actuaciones que están relacionadas con:
 - La formación continua de los empleados.
 - La conciliación del trabajo y la familia.
 - El seguimiento de una política de retribuciones transparente y coherente.
 - La seguridad y la higiene en el puesto de trabajo.
 - Los procesos de recolocación, tras un despido, etc.
- (b) Respecto a la gestión de los procesos de producción, es importante destacar como acciones fundamentales:
 - Ahorro en el consumo de energía.
 - Evitar las emisiones contaminantes, etc.

- (c) Respecto a los clientes, proveedores y competidores, son ejemplos de comportamientos socialmente responsables los que tienen que ver con:
- El ofrecer productos y servicios de calidad, a precios razonables.
 - Establecer relaciones de colaboración con los proveedores, así como colaborar estableciendo alianzas con los competidores.
- (d) Respecto a la comunidad local y en general, son acciones responsables las que tienen que ver con la colaboración en proyectos de la propia comunidad, que contribuyan al desarrollo del lugar donde se ubique la cooperativa.

La RSE genera confianza y mejora la reputación de las organizaciones que la practican e incluso se puede afirmar, que tiene efectos positivos en el incremento del resultado económico y en la reducción de costes.

La implantación de la RSE requiere que la empresa delimite unas determinadas estrategias, que asumiendo principios básicos, por ejemplo los propuestos en el Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa (MC de la RSC) (AECA, 2004): transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de la organización, y en base a los objetivos fijados, teniendo en cuenta las características del entorno y las necesidades de los Stakeholders, permita desarrollar un nuevo modelo de empresa que conduzca a potenciar su ventaja competitiva.

Según indica Moreno, J.A. (2004), los efectos positivos de carácter transversal que pueden impulsar la adopción de las políticas de RSE y que redundan en una mejora general de la calidad de la gestión tienen que ver, entre otras cuestiones, con la mejora de la información, esencial para el adecuado posicionamiento ante todos los factores que puedan condicionar la actividad de la empresa. Permitiendo también la valoración de la relación de la empresa con los diferentes grupos de interés.

Implica también un mayor conocimiento, ya que un sistema integrado de RSE posibilita mejoras notables tanto en el nivel de conocimiento de la empresa acerca de las características y necesidades de los Stakeholders, como del funcionamiento general o de los rasgos diferenciales de la misma. Así como una mejor coordinación que refuerce los mecanismos de coordinación y reducción de sus costes. Un sistema coherente de RSE puede contribuir a mejorar la toma de decisiones y a impulsar mejores estrategias, tanto a medio como a largo plazo.

La mejora de la calidad comentada, tiene que ver con una más precisa evaluación de los riesgos, especialmente de aquellos que influyen en la reputación, así como con una apuesta por la mejora de la eficiencia y la calidad.

Así mismo supone el ser motor de innovación, no limitándose la misma sólo a procesos, servicios y productos, sino también a los aspectos organizativos y culturales de la empresa que la hacen más eficiente. Y por tanto, todas estas cuestiones, dan lugar a un fortalecimiento de la reputación empresarial. Siendo la reputación uno de los activos intangibles más importantes de la empresas, entendida como el resultado de la gestión de la marca y siendo un rasgo conferido por los demás.

La RSE debe proporcionar aquellos elementos de dirección y gestión con la suficiente coherencia y solidez para que, como se expone en el MC de la RSC (AECA 2004), facilite:

- Introducir mejoras en los procesos internos de la empresa, a todos los niveles, con un sistema de gestión integral que considere los aspectos económicos, sociales y medioambientales, y tenga en cuenta las necesidades manifestadas de los distintos grupos de interés.
- Potenciar las ventajas competitivas de la empresa en aspectos tan relevantes como, por ejemplo: el reforzamiento de la reputación corporativa, fidelización del cliente, incrementos de la calidad y productividad, incremento de la capacidad de atraer recursos financieros.
- Suministrar información completa y fiable de la actividad de la organización en su triple dimensión, útil para todas las partes interesadas.

Es por todo esto, que la adopción de políticas de RSE supone una nueva estrategia empresarial que presenta, entre otras, todas las ventajas anteriormente indicadas para aquellas empresas que las asuman.

4. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y BALANCE SOCIAL

Como ya se ha comentado, la Memoria de Sostenibilidad es el documento que recoge la información ofrecida por las empresas acerca de su comportamiento respecto a temas económicos, medioambientales y sociales.

El término Balance Social se utiliza más en el ámbito cooperativo, ya que parece que se identifica en mayor medida con la responsabilidad de las cooperativas frente a sus socios y su función social respecto a la sociedad en su conjunto. Según se indica “el Balance Social como documento público, cumple un rol difusor de la imagen social de la cooperativa en su respectiva comunidad” (Prensa Cooperativa, 14 de julio de 2002).

El punto de partida para la elaboración de este documento lo constituyen los Principios Cooperativos comunes a todas las cooperativas, enunciados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) en 1995 y que siguen vigentes en la actualidad.

Estos principios han de constituir la columna vertebral del Balance Cooperativo, al ser comunes a todas las cooperativas se cumple uno de los objetivos principales que se pretenden conseguir con el modelo en estudio: la interevaluación cooperativa, es decir la comparación de datos ofrecidos por diferentes cooperativas.

La ACI conjuga la doble naturaleza de la sociedad cooperativa, por una lado como una asociación de personas, y por otro lado, como una empresa de propiedad conjunta y gestión democrática, declaración que recalca la exigencia de un control democrático por parte de los socios y la evidente naturaleza empresarial de la cooperativa.

Para la ACI (1995) “los principios cooperativos son pautas mediante las cuales las cooperativas ponen sus valores en práctica”. En la tabla 1 se recogen los valores y principios en los que las cooperativas deben basar su comportamiento.

TABLA 1
Declaración de la ACI sobre la identidad cooperativa.

Definición de cooperativa	(Una cooperativa es una <i>asociación autónoma de personas</i> que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común mediante una <i>empresa de propiedad conjunta</i> y gestión democrática)
Valores cooperativos	(Las cooperativas están basadas en los <i>valores</i> de la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores, los socios cooperativos hacen suyos los <i>valores éticos</i> de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación sociales)
P. cooperativos	(<i>Pautas</i> mediante las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores)
Primer principio	Adhesión voluntaria y abierta
Segundo principio	Gestión democrática por parte de los socios
Tercer principio	Participación económica de los socios
Cuarto principio	Autonomía e independencia
Quinto principio	Educación, formación e información
Sexto principio	Cooperación entre cooperativas
Séptimo principio	Interés por la comunidad

Fuente: Alianza Cooperativa Internacional (1995).

Para la elaboración de los Balances Sociales, los instrumentos a utilizar son los indicadores sociales, parámetros que al asignárseles unos valores determinados permiten a las cooperativas ser capaces de evaluar su comportamiento frente a la Responsabilidad Social. Algunos de estos indicadores son comunes para todas las cooperativas, siendo otros específicos para cada tipo de cooperativa.

Estos indicadores sociales se elaboran a partir de los principios cooperativos enunciados por la ACI, constituyendo por tanto una medida del grado de cumplimiento de dichos principios. Pero los principios cooperativos no se pueden medir sin más, sino que han de experimentar un proceso de operacionalización, en el que según Lazarsfeld, P. (1973) se deben seguir cuatro fases para la traducción de conceptos abstractos en variables empíricas:

- Establecer la representación literaria del concepto a medir.
- Delimitación y análisis de las dimensiones o aspectos comprendidos en cada uno de los principios. (Se define la dimensión como aquella categoría genérica que identifica algún aspecto teórico relevante del principio).
- Seleccionar los indicadores de las dimensiones anteriormente citadas.
- Sintetizar toda la información a través de índices globales.

El Balance Social se ha convertido en un documento muy útil para las entidades de Economía Social. Es por ello que es necesaria la existencia de unas pautas a seguir por los diferentes tipos de entidades para la elaboración de los mismos.

Según se recoge en el Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” de la Comisión (2001) ya citado, se deben distinguir en el tema de la Responsabilidad social dos dimensiones:

- Una dimensión interna.
- Una dimensión externa.

Los modelos de Balance Social deben presentar por tanto, dos posibles enfoques²:

- Un *enfoque externo*, que nos permite comunicar a la sociedad en general, los aspectos positivos que ha tenido la actividad de la organización en un periodo determinado ofreciendo la posibilidad de evaluar el logro de los objetivos en relación con el cumplimiento de la responsabilidad social.
- Un *enfoque interno* que proporciona la posibilidad de medir y evaluar las satisfacciones e insatisfacciones que se producen en el ámbito social en el seno de una organización. Permite a la dirección tomar las medidas correctivas necesarias así como los cambios que puedan mejorar, optimizar, la calidad del ambiente laboral dándonos la posibilidad de evaluar las realizaciones, los logros y satisfacciones del personal junto con los conflictos que se producen. El Balance Social interno constituye por tanto, una poderosa herramienta de gestión para un directivo, ya que lo apoya en los actos de control necesarios para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Para la cumplimentación del Balance Social por parte de una Cooperativa, se deben llevar a cabo las siguientes acciones:

- Efectuar un diagnóstico inicial de la situación social y a continuación definir y seleccionar los indicadores sociales. Posteriormente se realizará la medición y el procesamiento de los datos (seleccionándose los métodos para su medición, ordenamiento y ponderación. Finalmente se realizará un análisis de dichos datos, llegar a conclusiones y difundirlas.
- Realizar un seguimiento, evolución y reformulación del Balance Social, por lo que se hace necesario efectuar auditorías que deben generar un proceso de toma de decisiones correctiva.

Un ejemplo en la elaboración de Balance Social fue el modelo propuesto por HISPACOOOP (Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios). Según el cual, se distinguen las siguientes etapas en la elaboración del mismo:

- Identificación de los principales objetivos y de las orientaciones de actuación de la misma.

² Manual para la elaboración de un Balance Social, presentado por la Organización Mundial del Trabajo (OIT) junto con la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) y la Cámara Júnior de Colombia Capítulo Antioquia (JCI).

- Formulación de los objetivos y de las orientaciones de actuación de las mismas.
- Identificación y formulación de los medios y de los recursos necesarios para su consecución.
- Evaluación y medida de los resultados logrados.
- Cálculo y análisis de los desajustes entre objetivos y resultados.
- Elección y aplicación de las medidas correctoras pertinentes.

Es destacable, también, el ya citado Manual para la elaboración de un Balance Social presentado por la Organización Mundial del Trabajo (OIT) junto con la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) y la Cámara Júnior de Colombia Capítulo Antioquia (JCI), en su Introducción, se indica que *“para que los entes involucrados (empresa, empleados y comunidad) tomen conciencia de los esfuerzos que se están efectuando por un lado y los beneficios que se están disfrutando por el otro, se requiere un instrumento que de forma clara y objetiva ayude a comprender que los recursos y el dinero empleados en el cumplimiento de su responsabilidad social no son un gasto sino una inversión, que revierte de manera exitosa en rentabilidad económica y social”*.

Definiéndose en él Responsabilidad Social, como la respuesta que la empresa asume libremente ante las expectativas de los sectores con los que se relaciona, en la perspectiva de un desarrollo integral, y Balance Social, como un instrumento para medir y evaluar de forma clara y precisa los resultados para la aplicación de la política social de la empresa.

La realización de este Balance Social, se basa en la utilización de una serie de indicadores sociales; las organizaciones deben definir los indicadores que le aporten toda la información necesaria para controlar su gestión en términos de eficiencia (grado de aprovechamiento de los recursos. Hacer las cosas bien), eficacia (grado de satisfacción del cliente. Hacer lo correcto), efectividad (satisfacción del cliente con la óptima utilización de los recursos. Hacer lo correcto con precisión) e impacto.

Como en los demás modelos existentes, los indicadores propuestos en este Manual deben tener, para resultar de utilidad a la hora de evaluar el Balance Social, las siguientes características:

- Que la información que recojan sea útil, suficiente y real.
- Que las fuentes sean confiables.
- Que la información se recoja oportunamente para tomar decisiones de control o evaluación.
- Sistematizar la información para facilitar su proceso, definiendo si se presenta cualitativa o cuantitativamente.

5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: EL CASO DE LAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

El funcionamiento de las cooperativas de crédito como Sociedades Cooperativas que son, se fundamenta en los valores y principios cooperativos enunciados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), ya recogidos anteriormente en la Tabla 1.

Analizando dichos principios, observamos que la voluntariedad de la adopción de medidas para el fomento de la responsabilidad social, parece que se diluye en la obligación por Ley de dotar un fondo obligatorio, como es el Fondo de Educación y Promoción (FEP), una de las partidas más singulares, genuinas y características de las sociedades cooperativas en general, siendo regulado tanto en lo que se refiere a su dotación como a su aplicación por la legislación cooperativa vigente, y que es utilizado para el desarrollo de actividades de educación y formación tal y como se indica en el quinto principio cooperativo, “proporcionar educación y formación a los socios, a los representantes elegidos, a los directivos y a los empleados para que puedan contribuir de forma eficaz al desarrollo de sus cooperativas”.

Se trata de un fondo obligatorio que se puede emplear principalmente y entre otras muchas opciones, para promover la formación de socios y trabajadores, difundir y promocionar el cooperativismo, fomentar las relaciones intercooperativas, realizar acciones encaminadas a la conservación del medioambiente, etc. Lo que nos indica que se trata de una partida encargada de fomentar aquellas acciones tanto sociales como medioambientales, que implican que las sociedades cooperativas se comporten de manera responsable.

Otra de las utilidades de este fondo está relacionada, tanto con el fomento de la cooperación entre cooperativas tal y como queda recogido en el sexto principio cooperativo, “las cooperativas sirven a sus socios lo más eficazmente posible y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales”, como con el fomento del interés por la comunidad en la que actúan, recogido en el séptimo principio cooperativo, “las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus socios”.

A las cooperativas de crédito, dado su carácter dual de entidades cooperativas y de crédito, les es de aplicación tanto la normativa general y específica de cooperativas como la normativa bancaria.

El modelo plurilegislativo cooperativo español hace que en función de su ámbito territorial, a una cooperativa de crédito le sea aplicable la legislación específica de cooperativas de crédito junto con la Ley Estatal de Cooperativas o bien las correspondientes leyes autonómicas, lo que hace necesario analizar los parámetros de dotación y aplicación al FEP para todas ellas, a pesar de ser conscientes de su gran similitud.

En el Anexo I, se recoge la legislación vigente tanto a nivel estatal, como desglosada para cada comunidad autónoma.

Hay que indicar que, como supletoria de la legislación indicada, se aplicará la legislación sobre cooperativas, debiéndose tener en cuenta que las Cooperativas de

Crédito tienen limitado legalmente el ámbito de actuación en función del nivel de recursos propios con que cuentan (art. 6 Ley 13/1989 y 3 RD 84/1993), distinguiéndose tres niveles mínimos de capital social con que deben contar estas entidades en función del ámbito territorial que estatutariamente asumen, que puede ser local, supralocal o supraautonómico, estatal o superior:

- (a) Cooperativas de Crédito que de acuerdo con sus estatutos tienen un ámbito de actuación supraautonómico o estatal y realizan en dicho ámbito actividad cooperativizada: se aplicará la Ley 27/1999 de Cooperativas.
- (b) Cooperativas de Crédito que de acuerdo con sus estatutos tienen un ámbito de actuación supraautonómico o estatal y no realizan en dicho ámbito actividad cooperativizada: se aplicará la Legislación Cooperativa de la Comunidad Autónoma en que desarrollen su actividad con carácter principal.
- (c) Cooperativas de Crédito que de acuerdo con sus Estatutos tienen un ámbito de actuación local o autonómico: se aplicará la Legislación Cooperativa de la Comunidad Autónoma en que desarrollen su actividad con carácter principal.
- (d) Cooperativas de Crédito que de acuerdo con sus estatutos tienen un ámbito de actuación local o autonómico y en la Comunidad Autónoma donde desarrollen su actividad con carácter principal no tenga legislación propia en materia de Cooperativas: se aplicará transitoriamente y hasta la aprobación de una Ley autonómica, la Ley 27/1999 de Cooperativas.

6. ORIGEN DEL FONDO DE EDUCACIÓN Y PROMOCIÓN

Tras una encuesta realizada a las cooperativas de crédito que en el año 2003 formaban parte de la Unión Nacional de Cooperativas de Crédito (UNACC) y su posterior análisis, (Villalonga I. 2005), se observa que, tal y como se recoge en la Tabla 2, la partida principal utilizada por las cooperativas de crédito para dotar el FEP, es el excedente neto.

TABLA 2
Financiación del FEP (%).

Años	Excedente neto	Donaciones	Rendimientos	Otros
1999	95,93	2,43	1,38	0,26
2000	95,79	2,07	1,88	0,26
2001	96,38	1,94	1,40	0,28
2002	96,66	2,15	0,92	0,27
2003	96,41	2,16	0,81	0,23

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Tal y como indica la legislación vigente, las cooperativas de crédito tienen que dotar obligatoriamente y como mínimo, un 10% de su excedente neto para dotar este particular fondo.

En el Anexo II, se recogen los porcentajes de excedente neto, obtenidos a partir la encuesta realizada, destinados por las cooperativas de crédito participantes, a dotar al FEP para cada uno de los 5 años en estudio, así como la media de los cinco años.

7. DESTINO DEL FONDO DE EDUCACIÓN Y PROMOCIÓN

Una vez estudiadas las partidas que constituyen el origen del FEP, el siguiente paso lo constituye el estudio del destino de dicho Fondo, es decir, el uso que las cooperativas de crédito hacen del mismo.

Las principales partidas a las que las cooperativas de crédito destinan el FEP, son las siguientes:

- Bienes inmuebles (afectos al FEP).
- Bienes muebles (afectos al FEP).
- Otros inmovilizados: financieros, inmateriales etc. (afectos al FEP).
- Gastos de personal afecto al FEP, destinado a la gestión del mismo.
- Formación y educación de socios y trabajadores.
- Difusión y promoción del cooperativismo.
- Promoción cultural, profesional y asistencial, el desarrollo de la comunidad y acciones medioambientales.

Los resultados que presentan las cooperativas de crédito participantes en la encuesta, se recogen en las siguientes tablas.

TABLA 3
Destino del FEP (€).

Año	1999	2000	2001	2002	2003
Bienes inmuebles	2.342.975	1.605.063	1.919.501	1.461.479	1.236.155
Bienes muebles	352.236	267.539	157.914	157.682	112.695
Otros inmovilizados	706.000	779.000	765.000	965.130	1.283.210
Gastos personal	533.552	634.537	665.275	707.252	709.499
Promoción y educación	3.521.835	4.091.944	4.454.094	4.367.856	4.366.000
Difusión	11.297.568	11.929.390	12.078.595	12.888.523	11.054.581
Promoción cultural	10.165.532	10.206.555	11.942.254	13.626.939	13.415.231

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Tal y como se observa en la Tabla 3, las dos partidas a las que se destina principalmente el FEP son:

- La Promoción cultural.
- la Difusión del cooperativismo.

Durante los años 1999, 2000 y 2001 la primera opción de destino era la difusión, mientras que en los años 2002 y 2003 se destinó una mayor cantidad del FEP a la Promoción cultural.

Algo más distanciada de las dos anteriores, se sitúa como tercer destino la partida dedicada a Formación y educación.

Pudiéndose por tanto concluir, que las tres principales partidas a las que se dedica el FEP son:

- la Promoción cultural.
- La difusión y promoción del cooperativismo.
- La formación y educación.

Para el estudio de las mismas, se consideraron los fondos utilizados para fomentar estos destinos, distinguiéndose fondos de índole social y de naturaleza medioambiental.

(a) Fondos sociales:

- Fondos destinados a la formación y educación, tanto de socios como de trabajadores.
- Fondos destinados a la promoción cultural, profesional y asistencial.
- Fondos para el desarrollo de la comunidad.

(b) De índole medioambiental:

- Fondos destinados a la realización de acciones medioambientales.

7.1. Fondos destinados a la formación y educación de socios y trabajadores

Un estudio más en profundidad de la partida destinada a la Formación y educación de socios y trabajadores, nos conduce a la recopilación de datos acerca de los porcentajes destinados a la formación de socios y trabajadores, y relacionados con los tipos de formación que se financia a estos socios y trabajadores, por parte de las cooperativas de crédito. En la Tabla 4 se exponen los porcentajes destinados, por una parte a la formación de los socios, y por otra a la de los trabajadores.

TABLA 4
Formación y Educación de socios y trabajadores (%).

Formación y Educación	Años				
	1999	2000	2001	2002	2003
Socios	34,33	30,97	29,61	27,68	30,15
Trabajadores	65,67	69,03	70,39	72,32	69,85

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Se puede, observando esta información, afirmar que las cooperativas de crédito destinan un porcentaje bastante mayor a la formación de sus trabajadores.

A continuación se estudian los diferentes tipos de formación, recogidos en la Tabla 5 los porcentajes dedicados al fomento de cada uno de los mismos. La formación financiada agrupada en las siguientes partidas, es:

- Formación económica (contabilidad, gestión financiera,...).
- Formación técnico-profesional.
- Formación empresarial (dirección, gestión de empresas,...).
- Formación en los principios y valores cooperativos.
- Otros (cualquier otro tipo de formación de interés para socios y trabajadores).

TABLA 5
Datos tipos de Formación (%).

Años	F. Económica	F. Técnico-Profesional	F. Empresarial	F. Principios y Valores Cooperativos	Otros
1999	22,57	45,78	10,23	9,86	11,56
2000	23,60	44,54	9,82	8,66	13,38
2001	24,43	43,36	12,65	6,58	12,98
2002	18,88	47,21	11,32	7,58	15,01
2003	23,23	45,04	14,52	6,11	11,10

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Pudiéndose concluir que la principal formación que las cooperativas de crédito financian entre sus trabajadores y socios es, con diferencia y para todos los años, la formación técnico-profesional seguida de la formación en temas económicos.

7.2. Fondos destinados a la difusión y promoción del cooperativismo

Otra de las partidas a las que se destina el FEP, es la dedicada a la Difusión y Promoción del cooperativismo, mediante la cual se pretende dar a conocer a la comunidad los principios y las señas de identidad de las cooperativas.

Dentro de estos fondos distinguiremos entre la difusión del cooperativismo, que incluye la realización de:

- Conferencias, exposiciones y seminarios.
- Estudios y publicaciones.
- Otros (cualquier tipo de jornadas que permitan la difusión del cooperativismo).

Y las medidas destinadas al fomento de las Relaciones Intercooperativas como son:

- Gastos originados por constitución o incorporación a cooperativas de segundo grado u otras formas de integración.
- Aportaciones a otras entidades como federaciones, cuotas de asociación, etc.

7.2.1. Difusión del cooperativismo

Como hemos anotado, la difusión del cooperativismo se realiza a través de conferencias, estudios, publicaciones, etc. En la Tabla 6, se disponen los datos en porcentaje correspondientes a las diferentes formas consideradas para la difusión del cooperativismo.

TABLA 6

Datos Fondos destinados a la Difusión del cooperativismo (%). Por bloques y años.

Años	Conferencias, Exposiciones y Seminarios	Estudios y Publicaciones	Otros
1999	51,05	12,18	36,77
2000	47,53	15,12	37,35
2001	50,87	12,69	36,44
2002	48,15	11,75	40,10
2003	48,71	12,28	39,01

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Se puede observar a partir de la tabla anterior, que la herramienta más utilizada por las cooperativas de crédito para la difusión y promoción del cooperativismo, es la realización de conferencias, exposiciones, jornadas y seminarios.

7.2.2. Relaciones intercooperativas

En la Tabla 7 se registra otro de los posibles destinos del Fondo de Educación y Promoción, como son las Relaciones intercooperativas, presentándose los porcentajes totales para cada uno de los años.

TABLA 7
Datos Fondos destinados a Relaciones Intercooperativas (%).

Años	Gastos originados por constitución o incorporación a cooperativas de 2º grado u otras formas de integración	Aportaciones a otras entidades	Otros
1999	4,51	74,25	21,24
2000	5,63	73,90	20,47
2001	7,97	71,74	20,29
2002	4,58	77,66	17,76
2003	7,21	74,71	18,08

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Se trata este, de un destino del FEP que no es efectuado de forma sistemática por las cooperativas, ya que no todos los años es necesario dedicar una parte del FEP a procesos de fusión o a su incorporación a cooperativas de segundo grado.

Del examen de los porcentajes mostrados, se advierte que el destino principal de las partidas dedicadas al fomento de las Relaciones intercooperativas son las aportaciones a otras entidades (federaciones, cuotas de asociaciones, etc.).

7.3. Fondos destinados a la promoción cultural, profesional y asistencial, el desarrollo de la comunidad y acciones medioambientales.

Otros destinos del FEP en el orden social son, *la promoción cultural, profesional y asistencial, el desarrollo de la comunidad y las acciones medioambientales*. Pasamos a desglosarlos en los epígrafes siguientes:

- Promoción cultural, profesional y asistencial del entorno local.
- Desarrollo de la comunidad.
- Acciones medioambientales.

7.3.1. Promoción cultural, profesional y asistencial del entorno local

Comenzaremos estudiando la promoción cultural, profesional y asistencial del entorno. En la Tabla 8 se recogen los datos totales.

TABLA 8
 Datos Promoción cultural, profesional y asistencial del entorno local (%).

Promoción cultural, profesional y asistencial del entorno local	Años				
	1999	2000	2001	2002	2003
Fomento de la Investigación	9,57	7,99	9,82	8,70	9,84
Asesoramiento al sector	7,72	6,68	7,77	7,16	7,73
Gestión de ayudas	15,56	20,38	17,28	19,97	18,37
Eventos de promoción económica, comercial o empresarial y profesionales	27,10	28,89	27,91	26,26	25,82
Otros	40,05	36,07	37,21	37,91	38,24

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

A la vista de la información relativa a la promoción cultural, profesional y asistencial del entorno local, podemos concluir que tras la partida genérica “Otros”, que incluye fondos destinados a mejorar la relación con el entorno de la cooperativa (a través de la utilización de mecanismos diferentes para cada cooperativa, en función del entorno con el que interactúa), hemos de destacar la destinada a la organización de eventos de promoción económica, comercial o empresarial, y profesionales.

7.3.2. Desarrollo de la comunidad

A continuación nos centramos en el análisis de la parte del FEP destinada al Desarrollo de la Comunidad a la que pertenecen las cooperativas de crédito, siendo los datos presentados por las mismas los que se reflejan en la Tabla 9.

TABLA 9
 Datos Desarrollo de la Comunidad (%).

Años	Mejora de poblaciones	Ayudas a asociaciones	Otros
1999	19,81	67,86	12,32
2002	20,80	66,47	12,74
2001	17,28	66,56	16,15
2002	19,47	68,69	11,84
2003	15,81	72,22	11,97

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

El destino principal de estos fondos son las ayudas a asociaciones.

7.3.3. Acciones medioambientales

Finalmente se relaciona la información referida a acciones de índole medioambiental. Sólo 11 entidades de crédito respondieron a las preguntas solicitadas en la encuesta y referidas a estas actividades, quedando ordenadas en porcentaje, en la Tabla 10.

TABLA 10
Datos Acciones medioambientales (%).

Años	Acciones de Protección Ambiental	Estudios, Informes o Investigaciones Medioambientales	Otros
1999	37,44	48,28	14,29
2000	33,50	58,88	7,63
2001	53,14	37,14	9,71
2002	46,84	39,41	13,75
2003	46,69	39,14	14,17

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Por el bajo número de entidades que han respondido las cuestiones relativas a las acciones medioambientales realizadas a lo largo de estos últimos cinco años en estudio, se desprende la conclusión de que actualmente, las entidades de crédito aún no han tomado conciencia de la importancia que suponen las acciones de este tipo, para la mejora tanto de la visión que los consumidores tienen de ellas, como de las comunidades en las que desarrollan su actividad.

Como podemos observar del estudio realizado, se desprende que el destino del FEP abarca gran parte de las acciones que podemos considerar incluidas en el concepto de RSE. No obstante, su utilización como indicador único no respondería a la realidad, debiéndose complementar con otros indicadores capaces de mostrar la puesta en práctica de forma tanto cualitativa como cuantitativa de otros aspectos que igualmente acarrearán comportamientos socialmente responsables, tales como:

- Admisión de solicitudes de entrada.
- Porcentaje de personal de colectivos desfavorecidos entre los trabajadores.
- Tipos de contratos de los trabajadores.
- Peso de los asociados-depositantes sobre la totalidad de depósitos, etc...

Que representan un importante complemento a los indicadores ya comentados obtenidos a partir del Fondo de Educación y Promoción, y que nos van a permitir evaluar el comportamiento socialmente responsable de las cooperativas en general y de las de crédito en particular.

8. CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social se relaciona con la parte de la actividad de las empresas relativa a la mejora de la sociedad a la que pertenecen y a la preocupación por el medio ambiente que las rodea, por eso cada vez más empresas reconocen la responsabilidad social como parte de su identidad, lo que se refleja en la elaboración de documentos o informes que recogen los compromisos adquiridos por las mismas para convertirse en entidades socialmente responsables.

Simultáneamente, la implantación de la RSE por parte las empresas, debe considerarse como una nueva estrategia empresarial, ya que les va a proporcionar efectos positivos de carácter transversal que suponen incrementos de la calidad en la dirección y gestión, el fortalecimiento de la reputación, etc., que supondrán una ventaja competitiva frente a aquellas entidades que no asuman políticas coherentes de RSE.

El carácter voluntario de la adopción de los postulados de la RSE por parte de las empresas, parece diluirse en las cooperativas por la obligatoriedad que tienen de dotar el FEP, según el quinto principio cooperativo. Sin embargo la adhesión a una cooperativa es libre y voluntaria, según el primer principio cooperativo, comportando la asunción de unos valores y principios cuyo cumplimiento y puesta en práctica origina un comportamiento acorde con el concepto de RSE.

La dotación que hacen las cooperativas de crédito al FEP, fundamentalmente a partir del excedente neto, resulta en la mayoría de los casos superior al mínimo establecido por la legislación vigente, que junto al destino del mismo, nos permite mostrar la propensión de estas entidades hacia conductas socialmente responsables y reconocer las aplicaciones de este fondo como una partida básica para la evaluación de la RSE.

Entre los distintos destinos del FEP en el cooperativismo de crédito destaca en primer lugar la promoción cultural, seguido de la difusión del cooperativismo y la educación y promoción de socios y trabajadores, con una incidencia para este último colectivo superior a la de los socios.

La faceta de dotación para acciones de índole medioambiental, no ha sido abordada con la decisión requerida por el cooperativismo de crédito, a pesar de la trascendencia que dichas iniciativas suponen para el conjunto de la sociedad en relación con el logro de un desarrollo sostenible.

Por último recalcar que si bien el FEP es un potente indicador capaz de revelar la mayoría de las actuaciones que implican un comportamiento socialmente responsable para el cooperativismo de crédito, para obtener un conocimiento más exhaustivo de la asunción por parte de las cooperativas de políticas de RSE se debe complementar el análisis, con otros indicadores que abarquen otros aspectos no englobados en las utilidades asignadas al FEP.

ANEXO I

TABLA I-1
Leyes Autonómicas de Cooperativas.

Ámbito Territorial	Ley	Observaciones
Estatual	Ley 13/1989, de 26 de mayo de 1989, de Cooperativas de Crédito.	Desarrollada por el Real decreto 84/1993, Reglamento de desarrollo de la Ley 13/1989 de Cooperativas de Crédito.
Estatual	Las Normas Generales sobre Entidades de Crédito, entre otras: Ley 26/1988, de 29 de julio de Disciplina e Intervención de Entidades de Crédito, la legislación en materia de recursos propios y supervisión prudencial, garantías de los depositantes, transparencia y protección de la clientela.	—
Estatual	Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas.	Deroga la Ley 3/1987, de 2 de abril, General de Cooperativas.
	En materias o sectores concretos: Ley 33/1984, de 2 de agosto, de Ordenación del Seguro Privado sobre Sociedades Mutuas y Cooperativas de Seguros. Ley 13/1989, de 26 de mayo, de Cooperativas de Crédito. Ley 20/1990, de 19 de diciembre, de Régimen Fiscal de Cooperativas.	—
Andalucía	Ley 2/1999, de 31 de marzo, de sociedades cooperativas Andaluzas. Ley 3/2002, de 16 de diciembre, por la que se modifica la Ley 2/1999, de 31 de marzo, de sociedades cooperativas Andaluzas.	Deroga la ley 2/1985, de 2 de mayo. Reforma parcial de la Ley 2/1999.
Aragón	Ley 9/1998, de 22 de diciembre, de cooperativas de Aragón.	—
Asturias	—	Esta Comunidad tiene competencias exclusivas en la materia pero no dispone actualmente de ley sustantiva.
Baleares	Ley 7/2005, de 21 de junio, de cooperativas de las Islas Baleares.	—
Canarias	—	Disposiciones aisladas
Cantabria	—	Esta Comunidad tiene competencias exclusivas en la materia pero no dispone actualmente de ley sustantiva.
Castilla-La Mancha	Ley 20/2002, de 14 de noviembre, de Cooperativas de Castilla-La Mancha.	—

TABLA I-1 (Continuación.)
Leyes Autonómicas de Cooperativas.

Ámbito Territorial	Ley	Observaciones
Castilla y León	Ley 4/2002, del 11 de abril, de sociedades cooperativas de Castilla y León.	—
Cataluña	Ley 18/2002, de 5 de julio, de cooperativas de Cataluña.	Deroga el Decreto legislativo 1/1992, de 10 de febrero, que aprueba el texto refundido de la Ley de cooperativas de Cataluña.
Extremadura	Ley 2/1998, de 26 de marzo, de sociedades cooperativas de Extremadura.	—
Galicia	Ley 5/1998, 18 de diciembre, de cooperativas de Galicia.	—
La Rioja	Ley 4/2001, de 2 de julio, de Cooperativas de La Rioja.	—
Comunidad de Madrid	Ley 4/1999, de 30 de marzo, de cooperativas de la Comunidad de Madrid.	—
Murcia	—	Esta Comunidad tiene competencias exclusivas en la materia pero no dispone actualmente de ley sustantiva.
Navarra	Ley Foral 12/1996, de 2 de julio, de Cooperativas de Navarra.	Deroga la Ley Foral 12/1989. Los aspectos tributarios se regulan por ley Foral 9/1994. De 21 de junio, de Régimen Fiscal de Cooperativas de Navarra.
País Vasco	Ley 4/1993, de 24 de junio, de cooperativas de Euskadi. Ley 1/2000, de 29 de junio de 2000, de modificación de la Ley 4/1993 de cooperativas del País Vasco.	Deroga la Ley 1/1982, de 11 de febrero. Reforma parcial de la Ley 4/1993.
Comunidad Valenciana	Ley 8/2003, de 24 de marzo, de Cooperativas de la Comunidad Valenciana.	Deroga el Decreto legislativo 1/1998, de 23 de junio (Texto Refundido de la Ley de Cooperativas de la Comunidad Valenciana que recogía la Ley 11/1985, de 25 de octubre, y las reformas introducidas por las leyes 3/1995, de 2 de marzo, y 14/1997, de 26 de diciembre), y las modificaciones llevadas a cabo mediante las leyes 10/1998, de 28 de diciembre, y 9/2001, de 27 de diciembre, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat Valenciana.

Fuente: Elaboración propia a partir de la legislación vigente.

ANEXO II

TABLA II-2
Porcentaje de Excedente neto destinado a dotar al FEP.

Entidad	Año 1999	Año 2000	Año 2001	Año 2002	Año 2003	Media
1	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
2	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
3	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
4	21,59	15,00	21,40	15,00	15,00	17,60
5	26,00	25,29	24,88	24,80	21,95	24,58
6	18,39	18,64	17,97	18,50	19,69	18,64
7	12,57	13,48	15,57	16,10	17,87	15,12
8	10,00	20,00	15,00	20,00	25,00	18,00
9	28,34	18,43	16,00	22,40	25,97	22,23
10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
11	19,26	20,00	20,00	40,00	36,00	27,05
12	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
13	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
14	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
15	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
16	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
17	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
18	19,62	19,32	17,60	17,75	16,89	18,24
19	25,91	39,59	39,59	39,83	16,67	32,32
20	70,00	70,00	77,48	76,08	76,08	73,93
21	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
22	10,00	10,00	15,00	15,00	10,00	12,00
23	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
24	15,00	15,00	15,34	15,00	15,00	15,07
25	10,00	10,00	10,00	10,00	25,00	13,00
26	14,90	12,25	13,10	15,00	14,99	14,05
27	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
28	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
29	10,00	10,00	10,50	10,00	10,00	10,10
30	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
31	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
32	19,20	15,50	17,96	15,00	15,00	16,53
33	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
34	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
35	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
36	30,00	30,00	24,00	25,00	25,00	26,80
37	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
38	13,41	12,94	12,51	11,33	10,00	12,04

TABLA II-2 (Continuación)
Porcentaje de Excedente neto destinado a dotar al FEP.

Entidad	Año 1999	Año 2000	Año 2001	Año 2002	Año 2003	Media
39	20,00	21,77	21,68	22,14	20,00	21,12
40	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
41	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
42	10,00	10,00	11,00	11,00	10,00	10,40
43	34,98	35,70	33,89	37,15	26,86	33,72
44	15,28	10,12	9,79	9,98	14,22	11,88
45	10,00	10,00	—	—	—	—
46	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
47	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
48	20,00	20,00	20,00	18,00	20,00	19,60
49	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
50	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
51	10,34	10,44	11,23	21,61	19,41	14,61
52	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
53	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
54	20,00	20,00	20,00	30,00	30,00	24,00
55	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
56	10,00	10,00	16,03	13,21	15,14	12,88
57	19,61	19,37	16,87	15,27	15,67	17,36
58	12,10	12,10	12,10	12,10	11,80	12,04
59	27,03	27,03	30,97	36,71	30,97	30,54
60	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
61	15,00	15,00	15,00	15,00	13,60	14,72
62	16,21	15,00	18,68	20,58	20,00	18,09
63	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
64	10,94	13,56	13,04	13,43	12,03	12,60
65	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AZOFRA, F. (2003): "El informe Winter sobre modernización del derecho societario en Europa" en *Actualidad Jurídica Uribe & Menéndez*, nº 4.
- BAÑEGIL PALACIOS, T. y CHAMORRO MERA, A. (2001): "Las memorias de sostenibilidad como reflejo de la responsabilidad medioambiental de las empresas" en *Revista Interdisciplinar de Gestión Ambiental* nº 35 Noviembre.
- BALANCE SOCIAL (2002): *Prensa Cooperativa* el 14 de julio.
- BIBLIOTECA DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD-EMPRESAS ESPAÑOLAS (2005): www.aeca.es.
- CASTILLO, A. M. (2002): "El resurgir de la responsabilidad social de las empresas en Europa: el Libro Verde", *Noticias de la Economía Pública Social y Cooperativa*, CIDEA nº 35 Junio.

- CÍRCULO DE EMPRESARIOS (2002): "El Gobierno de las Sociedades Cotizadas", Documentos Círculo, Madrid, 14 de Noviembre.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: "Recomendación de la Comisión de 30 de mayo de 2001 relativa al reconocimiento, la medición y la publicidad de las cuestiones medioambientales en las cuentas anuales y los informes anuales de las empresas", DOCE 13 de junio, Bruselas.
- DE LARA BUENO, M.I. (2003): "La Responsabilidad social de la Empresa: Implicaciones contables", Edisofer, Madrid.
- Documentos AECA (2004): "Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa", Serie Responsabilidad Social Corporativa, Documento nº 1, AECA.
- FERNÁNDEZ, M. (2003): "La gestión ecológica se integra en el gobierno corporativo", www.expansióndirecto.com, 14 de Enero de 2003.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (2004): "La Responsabilidad Social de la Empresa: una definición desde la ética empresarial" en *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, nº 12, III/2004.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (2000): www.globalreporting.org, 2000.
- GRANDA, G. (2003): "Evaluación de la Gestión ética y la responsabilidad social de las empresas", *Responsabilidad social de las empresas y Balance Social*, Servicio de Publicaciones de la Universidad Católica de Ávila.
- JIMÉNEZ MUÑOZ, I. A. (2003): "Responsabilidad social y medioambiente. La empresa sostenible", *Responsabilidad social de las empresas y Balance Social*, Servicio de Publicaciones de la Universidad Católica de Ávila.
- LARRINAGA, C. (2001): "Informes de sostenibilidad empresarial: revisión de los informes publicados a raíz del periodo de prueba de la guía GRI" en *Revista Interdisciplinar de Gestión Ambiental*, nº 30 Junio.
- LAZARSFELD, P. (1973): "De los conceptos a los Índices Empíricos", Boudon, R. & Lazarsfeld, P.: *Metodología de las Ciencias Sociales*, Tomo I: Concepto e Índices, Ed. Laia, Barcelona.
- LIBRO VERDE: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, <http://europa.eu.int/comm/off/green/index-es.htm>.
- LIZCANO, J.L. (2002): "Confianza en los mercados y responsabilidad social corporativa" en *Dirección y Progreso (AECA)*, nº 184. Agosto.
- LIZCANO, J.L. (2005): "La buena gestión empresarial", Cinco días. 7 Diciembre.
- MONEVA ABADÍA, J. M. (2001): "El marco de la información social y medioambiental de la empresa: análisis de la Global Reporting Initiative (GRI)" en *Revista Interdisciplinar de Gestión Ambiental*, nº 30 Junio.
- MORENO, J.A. (2004): "Responsabilidad Social Corporativa y Competitividad: una visión desde la empresa" en *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, nº 12; III/2004.
- MUGARRA, A. (2003): Capítulo "Responsabilidad social, Balance Social y Empresa social", *Responsabilidad social de las empresas y Balance Social*, Servicio de Publicaciones de la Universidad Católica de Ávila.
- NIETO P. (2005): "En cinco pasos, la sostenibilidad como diferenciación al alcance de las PYMES" en *Comisión AECA sobre Responsabilidad Social Corporativa*, Octubre.
- O.I.T. (Organización Internacional del Trabajo), A.N.D.I. (Asociación Nacional de Industriales) y J.C.I. (Cámara Junior de Colombia Capítulo Antioquia). (2001): "Manual para la elaboración de un Balance Social".
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (2002): "Resoluciones aprobadas en la Cumbre Mundial sobre desarrollo sostenible de Johannesburgo", 26 agosto-4 septiembre.
- PÁEZ, J.M. y OVIEDO, J.L. (2001): "Divulgación de información financiera, social y medioambiental a través de Internet por las empresas españolas que cotizan en Bolsa", XI Congreso AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas) "Empresa, Euro y Nueva Economía", Madrid, pp. 26-28.
- "Resolución del Consejo de 6 de Febrero de 2003 relativa a la responsabilidad social de las empresas" (2003): *Diario Oficial de la Unión Europea*, 12 de Febrero.

- SERVER, R. y VILLALONGA, I. (2005): "La Responsabilidad Social Corporativa y su gestión integrada" en *Revista CIRIEC*, nº 53.
- VALOR MARTÍNEZ, C. (Coordinadora) (2005): "Inversión socialmente responsable en las entidades de Economía Social", Universidad CEU-San Pablo, Madrid.
- VILLALONGA GRAÑANA, I. (2005): Tesis doctoral *La Responsabilidad Social en el cooperativismo de crédito. Bases y parámetros para su modelización. El caso-estudio del Fondo de Educación y promoción*.

