

LA REVELACIÓN SOCIAL EN SOCIEDADES COOPERATIVAS¹: UNA VISIÓN COMPARATIVA DE LAS HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS EN LA ACTUALIDAD

POR

Francisca CASTILLA POLO y
Dolores GALLARDO VÁZQUEZ²

RESUMEN

En el terreno de la Responsabilidad Social (RS) las sociedades cooperativas parten de una situación de ventaja frente al resto de las empresas. El paralelismo de los principios y valores cooperativos y el concepto de RS, nos lleva a plantear peculiaridades de este tipo de actuación social en cooperativas, la llamada RSCoop. Nos centraremos en ella pero de forma más específica el trabajo se orienta a la revelación social o comunicación de la dimensión social de estas empresas para analizar tanto el fondo o justificación de su razón de ser como la forma de llevarla a la práctica. Especialmente revisaremos los esquemas o modelos de informes más utilizados, analizando tanto aquellos que pueden catalogarse como pioneros, el Balance Cooperativo, como los más recientes o actuales, RSE COOP y la Guía Global Reporting Initiative de la Economía Social.

Palabras clave: responsabilidad social, cooperativas, revelación social, GRI

Claves Econlit: M140, M410, Q130

¹ Este trabajo ha sido financiado con las ayudas a Grupos de Investigación GR10041, recibidas por el Grupo Investigación Empresarial INVE durante el año 2010 dentro del IV Plan de Actuación 2010-2014. También ha sido financiado con las ayudas de la Junta de Andalucía a Grupos de Investigación, concretamente al Grupo SEJ289, "Sistemas de información y gestión en la Empresa Andaluza".

² Francisca Castilla Polo, Universidad de Jaén. Dirección de correo electrónico: fpolo@ujaen.es y Dolores Gallardo Vázquez, Universidad de Extremadura. Dirección de correo electrónico: dgallard@unex.es

SOCIAL DISCLOSURES IN COOPERATIVES: EVOLUTION AND PRESENT SITUATION

ABSTRACT

In the area of Social Responsibility (SR) cooperative societies are based on an advantage against other companies. The parallelism of cooperatives principles and values and the concept SR, leads us to consider features of this type of social action such as cooperatives, the SRCoop. We will focus on it but more specifically in social disclosure or communication of the social dimension of these companies to discuss both the substance or justification for its being reason as how to implement it. We will especially review the diagrams and models of most commonly used reports, analyzing both those can be classified as pioneers, the Cooperative Balance, as the most recent or current, ESR COOP and the Global Reporting Initiative Social Economy.

Keywords: corporate social responsibility, cooperatives, social disclosures, GRI

1. INTRODUCCIÓN

La sociedad cooperativa por su propia definición y concepción empresarial constituye un claro ejemplo de empresa donde los principios y valores que la definen avalan la actitud responsable o, dicho en otras palabras, su Responsabilidad Social (RS). Este concepto, que agrupa todas las actuaciones que voluntariamente realizan las empresas para atender las demandas sociales y medioambientales abordando una concepción sostenible de negocio, ha centrado desde la segunda mitad del siglo XX un largo debate, especialmente desde que Bowen en el año 1953 publicase el manual *Social Responsibilities of the Businessman*.

Ya no resulta atrevido admitir que la concepción comercial de negocio debe ser reemplazada por una concepción sostenible que complete el objetivo económico de la actividad empresarial con la consecución de diversos objetivos sociales y medioambientales. Estamos considerando la perspectiva del *Triple Resultado o Triple Bottom Line* (Elkington (1998, 2004); Pappmehl (2002); Norman y MacDonald (2004); Brown *et al.* (2006); Colbert y Kurucz (2007)) ampliamente seguida por las organizaciones en la actualidad y que acoge el valor asignado a las cuestiones económicas, sociales y ecológicas que incrementan el producto o servicio ofrecido.

Bajo esta premisa y con el fin de asentar las bases de nuestro estudio, indicamos que la forma de contemplar la RS puede ser dividida según cuatro grupos de teorías siguiendo a Garriga y Melé (2004)³, que van desde las aproximaciones que consideran la RS como una actividad para conseguir resultados económicos, las llamadas teorías instrumentales; otras que contemplan la RS como un ejercicio de responsabilidad a consecuencia del poder de las empresas en la sociedad, conocidas como teorías políticas; un tercer grupo de teorías que se basan en la satisfacción de demandas sociales, las teorías integrativas; y las últimas ideas basadas en las responsabilidades éticas de las empresas, las teorías éticas. Sea cual sea la teoría desde la cual se enfoque su estudio, existe consenso, en base al Libro Verde de la Comisión Europea (2001b): *Fomentar un marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas* en considerar la RS 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”.

En este contexto de estudio podemos afirmar que las sociedades cooperativas parten de una situación de ventaja frente al resto de las empresas al proveerse desde el momento de su creación de una concepción social que aparece paralela a su concepción económica y que redundando en una efectiva puesta en práctica de su RS, la RSCoop, al menos desde un enfoque teórico. Desde hace algún tiempo la Comisión Europea (2002) advertía de que las cooperativas y otras empresas de tipo mutualista y asociativo tienen una larga tradición en combinar viabilidad económica y responsabilidad social gracias al diálogo entre las partes interesadas y a la gestión participativa, y pueden servir de referencia a otras organizaciones en este tema. También sobre este mismo aspecto se pronunciaba el Libro Verde (2001b: 7) al indicar que “integran estructuralmente los intereses de otros interlocutores y asumen espontáneamente responsabilidades sociales y civiles”, cuestión que facilita la puesta en práctica de su RSCoop.

Sin embargo, frente a esta ventaja teórica que atribuimos al ámbito cooperativo en materia de RS, observamos que en la práctica resulta poco evidente su actuación, pudiendo llegar a afirmar que aunque existen algunas excepciones, la norma general es que las sociedades cooperativas no están siendo reconocidas en el diseño de actividades y en la puesta en práctica de iniciativas en materia de RSCoop. En este tema se viene observando que son las grandes empresas las que están centrando la atención, no encontrando una evidencia tan

³ Una mayor información al respecto del desarrollo y comentario de cada uno de estos grupos de teorías puede verse en Garriga y Melé (2004).

amplia en el ámbito cooperativo siendo éste el motivo por el que de una forma relativamente reciente se está incrementando el fomento de estas actuaciones en las sociedades bajo estudio, cuestión que comentaremos más adelante.

La revelación social o comunicación de la RS llevada a cabo por una empresa resulta si cabe tan importante como la propia actuación, puesto que con ello se favorece y posibilita el intercambio de información entre el exterior y la empresa. Roberts (1998:229) reconoce que las actividades de RS y revelaciones de información “son parte de las iniciativas estratégicas de una empresa, y por tanto a considerar de forma ineludible”. Otras aportaciones en esta línea corresponden a Elkington (1998), Moneva, *et al.* (2001), Cabrera y Deniz (2003), Lizcano (2003) y García de Madariaga y Valor (2004).

También ocupa un papel crucial la rendición de cuentas en la RSCoop, y en un mayor grado para aquellas empresas que “se definen desde un principio como sociales y que recogen explícitamente sus compromisos socioecológicos” éste es el caso de la Economía Social (Mugarra, 2005: 313). Dentro de este ámbito, nos centraremos en el caso cooperativo y analizaremos las diferentes iniciativas empleadas para la comunicación de la actuación responsable.

De forma más específica, nuestros objetivos son los siguientes. En primer lugar, abordamos la Economía Social como contexto de estudio. En segundo lugar, nos proponemos revisar la RSCoop analizando el estado de esta cuestión. En tercer lugar nos centraremos en la parcela de la revelación social aplicada al caso cooperativo, prestando especial atención a las ventajas e inconvenientes que de la misma se derivan desde un plano teórico así como ofreciendo una visión global sobre la forma en que, en su caso, estas empresas abordan la comunicación de aspectos relativos a su actuación responsable. Finalmente, extraeremos las conclusiones obtenidas así como las limitaciones de la presente investigación.

2. LA ECONOMÍA SOCIAL COMO CONTEXTO DE LA RSCOOP

Para enfocar nuestro trabajo y por las implicaciones que ello conlleva, utilizaremos el marco de la Economía Social⁴ como contexto empresarial que justifica la actuación cooperativa en el campo de la RS. Según la *Confederación Empresarial Española de la*

⁴ De sumo interés resulta el trabajo realizado por el Observatorio Español de la Economía Social, el cual se puede consultar en: <http://www.observatorioeconomiasocial.es/> (último acceso, 16 de julio de 2013).

Economía Social (CEPES)⁵, en este tipo de economía y frente a la economía privada se produce la sustitución del interés particular por el social, de los principios mercantiles de representación de la voluntad societaria por democracia y autogestión y la aparición de finalidades más allá de las puramente económicas.

Con la publicación en el BOE (nº 76, de 30 de marzo de 2011) de la *Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social*, se reconocen y visualizan los valores sociales de este tipo de entidades y empresas, tales como: a) la primacía de las personas y del fin social sobre el capital y b) el compromiso con el desarrollo local, la cohesión y la sostenibilidad. Son estos atributos los que permiten distinguir, por exclusión, a las entidades que se incorporarían dentro de este concepto, si bien, se trata de una realidad económica heterogénea que abarca unidades económicas vinculadas a la actividad de todos los sectores y que participa en todas las fases del proceso productivo.

A pesar de la heterogeneidad manifiesta en el ámbito de la Economía Social, Iturroz (2002:155) apunta para estas sociedades unas características fundamentales: i) La gestión democrática (principio de un socio un voto); ii) Libertad de adhesión; iii) Distribución del beneficio no ligada a la propiedad del capital. Las sociedades cooperativas cumplen con todos los requisitos, luego se trata de entidades incluidas dentro del ámbito de la economía social y, por tal motivo, adscritas a “una forma de hacer empresa que se basa en los valores constitutivos de la RS” según manifiesta Castro (2006:92).

La relación RS y Economía Social se fundamenta claramente en la *Carta de Principios* elaborada por la *Conferencia Europea Permanente de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Fundaciones* (CEF-CMAF), hoy en día y desde 2008 denominada como *Social Economy Europe* “y que constituye el referente para la coordinación a nivel comunitario de todas aquellas iniciativas que tengan que ver con la Economía Social” (Server y Capó 2009:15). También Briones (2010:10) concluye que la importancia de la Economía Social procede de su dimensión económica, pero también es una realidad donde “las experiencias sociales, la participación democrática y la solidaridad tienen un especial significado, por ello se justifica el carácter ético, social y sostenible de este tipo de entidades”. Siguiendo la Guía *Global Reporting Initiative* (GRI) (2007: 3) podemos afirmar que los

⁵ Información disponible en: <http://www.cepes.es> (último acceso, 16 de julio de 2013).

objetivos de la Economía Social “son sociales, comunitarios y éticos” lo que establece un vínculo natural con los principios de sostenibilidad.

En resumen, las organizaciones de Economía Social integran valores y principios propios de la RS con lo que se evidencia, desde la teoría, la ventaja de partida que conlleva su naturaleza empresarial frente a organizaciones de la Economía Privada. En las primeras ya no resulta tan discutible asumir la actuación responsable, pues sus principios y valores suponen el “fondo y la forma” en el que se materializa su RS (GRI, 2007: 9), abordándose este tipo de actuaciones por naturaleza. La Economía Privada y sus principios económicos sí deben plantearse el papel a desarrollar de cara a la sociedad y el grado de compromiso que desean adquirir, aquí el proceso de la RS no asume la posición de partida o inicio sino de finalidad o meta. Todo lo comentado hasta el momento nos permite concluir que la Economía Social tiene un largo camino recorrido en la gestión de la RS, y por extensión lo tienen igualmente aquellas entidades que la conforman, incluidas las sociedades cooperativas a las que nos referimos en este estudio.

Por todo lo anterior, somos conscientes de que la Economía Social puede contribuir de forma decisiva al cambio de modelo productivo, a la recuperación de la economía por la vía de la consolidación de una economía sostenible basada en los principios propios de la RS y de las cooperativas propiamente. El propio preámbulo de la *Ley 5/2011* señala que la necesidad de aprobar esta Ley conecta directamente con los principios que inspiran y los objetivos que persigue la Ley de Economía Sostenible, en la medida que la Economía Social es, en cierto modo, precursora y está comprometida con el modelo económico de desarrollo sostenible, en su triple dimensión económica, social y medioambiental.

3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COOPERATIVAS

Nos ocupamos en este amplio apartado de revisar el “fondo” con el que las cooperativas desarrollan su RS. De forma específica, nos centraremos en revisar las peculiaridades de la RSCoop frente a la RS, cuestión que ya adelantamos que puede quedar justificada por la existencia de un conjunto de principios y valores propios del mundo cooperativo que condiciona de partida el tema que nos ocupa.

3.1. Una primera aproximación a la función social de las cooperativas

Para la *Alianza Cooperativa Internacional* (ACI) (1995) “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”⁶. Otra definición muy extendida es la ofrecida por la *Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas* “una sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para la realización de actividades empresariales, encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democrático, conforme a los principios formulados por la Alianza Cooperativa Internacional en los términos resultantes de la presente Ley”. Ambas definiciones se desprenden del concepto internacionalmente reconocido como identidad cooperativa así como de los principios, valores cooperativos y valores personales de los socios de las cooperativas (Novkovic, 2008).

Castro (2006) afirma que las sociedades cooperativas surgen desde su compromiso con el entorno, con las personas, y su desarrollo se apoya precisamente en la realización de ese compromiso, convirtiéndola en modelo de RS. Como se puede observar, se trata de unas sociedades que no sólo se gestionan y controlan de forma democrática y conjunta, sino que sus fines se amplían a cuestiones de tipo social y cultural, superando los motivos puramente económicos⁷. Como ponen de manifiesto Server *et al.* (2003) la misión social de las cooperativas es la de ofrecer un servicio tanto a sus miembros como a la comunidad a la que pertenecen. Esta doble concepción económico-social introduce las diferencias más importantes entre cooperativas y no cooperativas, por cuanto será función esencial de las primeras el cumplimiento de las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales de sus socios, cuestión que sólo resulta voluntariamente asumible para otro tipo de organizaciones, como es el caso de las sociedades capitalistas. Para las cooperativas “no se trata sólo de hacer economía eficaz con una mayor dosis de sensibilidad social, sino que es, en su esencia, pensar y hacer economía de otra manera. Consiste en mostrar que es posible ser competitivos poniendo a la persona y al colectivo en un primer plano” (CEPES, 2009: 19).

⁶ Definición tomada de la Declaración de la Alianza Cooperativa Internacional celebrada en Manchester durante el año 1995.

⁷ En idénticos términos se pronuncian las definiciones que para las sociedades cooperativas establecen la Ley 27/1999, de 16 de julio de Cooperativas y la Ley 14/2001, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas (Art. 1, respectivamente).

La orientación económica dentro de una cooperativa se relaciona con la viabilidad de conseguir su objetivo dentro del mercado. Como en cualquier otra entidad, son necesarias relaciones externas de diversa índole que quedarán apoyadas por criterios de eficacia empresarial. De otro modo, la actividad cooperativizada supone respetar dentro del ámbito interno una serie de principios y de valores que constituyen la identidad cooperativa. Hasta el momento, la actividad económica o instrumental de este tipo de sociedades no tiene por qué diferenciarse de cualquier otra fórmula mercantil, si bien, son los principios y valores específicos, que redundan en lo que hemos denominado como actividad cooperativizada, los que caracterizan indiscutiblemente a estas entidades por asumir de partida la RS.

Para Levi y Pellegrin-Rescia (1997) las sociedades cooperativas: a) por un lado, combinan lo social y lo económico dando prioridad al componente social, y b) por otro, proporcionan una mezcla de algo “tradicional” frente a algo “nuevo”: lo “tradicional” se refiere al componente social como prerrequisito para el establecimiento y funcionamiento de la cooperativa, y lo “nuevo” hace referencia a aspectos tales como la acción o participación, el interés, las reservas, los balances financieros y otros elementos similares del mundo de los negocios.

Con independencia de la denominación utilizada, “función social”, “función cooperativizada”, “lo tradicional”, entre otros términos, lo que si resulta evidente es que esta faceta cooperativa mantiene una relación inmediata y directa con la RSCoop. Siguiendo a CEPES (2009: 22) podemos indicar que algunas señales de fortaleza del cooperativismo son, entre otras, las siguientes:

- El cooperativismo es capaz de crear oportunidades de trabajo en territorios que no son atractivos para el inversor tradicional.
- El cooperativismo da respuesta a nuevas necesidades sociales para la inclusión e inserción social y laboral de personas cuya empleabilidad resulta difícil.
- El cooperativismo provee de servicios de interés general para sectores, usuarios, que de otra forma no tendrían acceso a los mismos.
- El cooperativismo fomenta el capital social.

Las fortalezas anteriores constituyen actuaciones de RS dado que inciden en la creación de puestos de trabajo en contextos no precisamente favorecidos, en atender nuevas necesidades sociales que den respuesta a colectivos en riesgo de exclusión social y, en

definitiva, en el fomento del capital social. Estas son acciones muy evidentes cuyo desarrollo encaja en la dimensión social de las empresas, ante lo cual queda patente la relevancia social de las cooperativas, pero ¿qué ocurre con su trascendencia económica como receptoras de trabajadores y oferentes de productos y servicios?

Siguiendo a la ACI⁸, nos parece muy interesante comentar que casi 1.000 millones de personas en el mundo pertenecen a una cooperativa generando 100 millones de empleo. Otros datos que ofrece este organismo para justificar su relevancia son los siguientes: i) Grandes segmentos de la población son socios de cooperativas; ii) Son actores significativos en las economías nacionales; iii) Las Cooperativas crean y mantienen empleo. A nivel europeo, y según los datos ofrecidos por la división europea de la Alianza Cooperativa Internacional *COOPS-Europe*⁹ (2013), algunas cifras representativas de su importancia son: i) existencia de 160.000 cooperativas; ii) existencia de 123 millones de socios; iii) existencia de 5.4 millones de empleados. Por su parte, a nivel español es CEPES y CIRIEC dentro del Informe *Las grandes cifras de la economía social en España* (2008-2009, 2009-2010, 2010-2011) quienes ofrecen cifras sobre el papel de estas empresas en nuestra economía. Concretamente, el último informe de 2010-2011 recoge los siguientes datos: i) 22.595 cooperativas y ii) 456.870 empleos directos asociados.

Relacionando lo anterior con nuestro objetivo de investigación podemos afirmar que la trascendencia social y económica de cooperativas (Díaz y Marcuello, 2010¹⁰) augura importantes implicaciones a su vez para la RSCoop; el hecho de dar empleo a tantas personas, de acoger a tantos socios y de poseer una alta representatividad en la economía supone trabajar bien para poder satisfacer las necesidades e intereses de tantos colectivos, lo cual significa trabajar con criterios de RS. Nos encontramos ante un tipo de empresa donde el calado de la RSCoop debe ser un hecho, desde sus principios y valores se establece todo un entramado de actuaciones que garantizan el cumplimiento de determinadas actuaciones sociales. Analizaremos a continuación cuál o cuáles de estas actuaciones se darían por realizadas según los principios y valores cooperativos, diferenciando de partida la RSCoop de la RS.

⁸ Información disponible en: <http://www.aciamericas.coop/Hechos-y-cifras-del-cooperativismo> (último acceso, 16 de julio de 2013).

⁹ Más información disponible en: <http://www.coopseurope.coop/about-us> (último acceso, 16 de julio de 2013).

¹⁰ No profundizamos en este estudio pero sí lo referimos como una aportación interesante en el estudio del impacto económico de las cooperativas a partir de la generación de empleo y su relación con el Producto Interior Bruto.

3.2. La RSCoop: concepto e implicaciones para la gestión cooperativa

La RS no es un tema nuevo para las empresas cooperativas, de hecho, se considera que el movimiento cooperativo ha sido el pionero en el desarrollo y la práctica de la RS, concretamente se indica que los antecedentes de la RS se remontan al siglo XIX en el marco del cooperativismo y el asociacionismo (CEPES, 2007:3).

“Desde sus inicios, las cooperativas han tenido en cuenta que sus acciones benefician a la gran mayoría de sus socios, incluidos los trabajadores, la comunidad y el entorno en el que operan” (ACI-Américas, 2010: 1). Se deduce por tanto que la RS está en la esencia del cooperativismo y que por este motivo “las cooperativas pueden actuar sin la mirada juiciosa del entorno porque han nacido de las mismas comunidades o son parte de ellas y no practican una forma particular de RS sino que son por y en sí mismas sociedades socialmente responsables” (ACI-Américas, 2010: 2). También Carrasco (2007: 459) afirma que “el concepto RS es inherente a la economía social y, más concretamente, a las cooperativas”, es decir, en su opinión las cooperativas y la RS han bebido de las mismas fuentes y presentan muchos elementos comunes. En opinión de Tous y Ciruela (2005) las cooperativas son por naturaleza socialmente responsables, afirmación apoyada años más tarde por Arcas y Briones (2009) quienes señalan que la gran similitud, e incluso coincidencia, entre los valores y principios inspiradores del cooperativismo y de la RS hace que sean por naturaleza socialmente responsables, y que se encuentren bien posicionadas para poner en valor esta característica diferencial. Para CEPES (2009: 13) “las cooperativas son un claro ejemplo de cómo la racionalidad económica y el progreso social son compatibles con la solidaridad y la RS”, argumento igualmente manifestado por Pérez *et al.* (2009) al insistir que hay una concordancia entre los principios que inspiran el cooperativismo y la RS.

Este tipo de empresas poseen, por lo comentado, una ventaja de partida en el campo que nos ocupa y con respecto a otro tipo de empresas, las pertenecientes a la Economía Privada y donde “lo social” no incumbe a su concepción empresarial ni fundamentos. Es el entramado de principios y valores cooperativos el que conforma o aspira a conformar la identidad cooperativa, es decir la aceptación y vinculación de los socios dentro de su realidad social, a la vez que el establecimiento y posterior reforzamiento de una sólida cultura organizacional, como factor que cohesiona y justifica la RSCoop.

Fombrun y Shanley (1990) señalan que la RS es intrínseca a la naturaleza de las sociedades cooperativas, constituyendo un recurso o capacidad con la que competir y construir su ventaja competitiva, siendo considerada la RS como un recurso clave para el éxito competitivo de las empresas (Marín y Rubio (2008), Garrigues y Trulleque (2008)). Sin embargo, para que la cooperativa pueda aprovechar esta situación de ventaja sobre el resto de entidades, es necesario que “exploten al máximo sus características y que realicen un esfuerzo para lograr la integración de las políticas de RS en la gestión integral y en la búsqueda de sinergias y beneficios mutuos con sus grupos de interés, no perdiendo este planteamiento en su gestión y funcionamiento diario, frente a otros planteamientos en los que prime exclusivamente la maximización del beneficio económico” (Server y Capó, 2009: 18).

La idea de un proyecto cooperativo exige la apuesta por una cultura sólida y diferenciada basada en los principios y valores que acabamos de comentar. La intangibilidad de este conjunto de valores, creencias y principios permite diferenciar a estas organizaciones, siendo éste el motivo que a su vez también nos lleva a afirmar que su cultura, a priori y de forma teórica, a la vez que las distancia del resto de empresas, las dota de un factor estratégico clave para su éxito. Sin embargo, en la práctica, la Comisión Europea (2001a: 17) nos advierte de que “es importante no exagerar demasiado estas mayores ventajas sociales de la empresa cooperativa: numerosas cooperativas defienden exclusivamente el beneficio económico de un pequeño grupo de interesados”. Otro inconveniente es la falta de cumplimiento de valores y principios cooperativos en la práctica, así siguiendo a Lamas (2009:1) “las sociedades cooperativas encabezan a las organizaciones socialmente responsables si sus principios, valores e identidad resultan respetados”.

A este respecto, Novkovic (2008: 2169) señala que “cada vez más, las cooperativas observan las ventajas de la aplicación de los principios y valores en su totalidad, particularmente a la luz de los éxitos de las cooperativas que lo hacen, y de la atención internacional sobre los temas de responsabilidad social de las empresas y ética empresarial”. No obstante, podemos advertir siguiendo a Mugarra (2001: 38) que las diferentes iniciativas desde el mundo cooperativo para demostrar su interés por la RS no han sido todo lo importantes que debieran, mereciendo destacar el caso de la *Confédération Générale des Sociétés Coopératives Ouvrières de Production* (SCOP) francesas que ya desde 1965 comienza a elaborar un Balance Cooperativo. También encontramos ejemplos posteriores donde sobresale la preocupación por el cooperativismo de consumo “parecen ser las más

sensibilizadas al respecto y las que más fuerte están apostando por la implantación y mantenimiento de esta vía de información y gestión social en sus cooperativas” (Mugarra, 2001: 44)

3.3. Los principios cooperativos y su relación con la RSCoop

Los *principios cooperativos*¹¹ se pueden considerar como guías de actuación tendentes a proveer tanto a socios como a cooperativas de los valores que para cada uno de ellos se establecen. “Se trata de normas autoimpuestas, que marcan las pautas sobre la organización y funcionamiento de las cooperativas y que constituyen, por tanto, un código de conducta cuya puesta en práctica supone la adopción de comportamientos socialmente responsables por parte de estas entidades, pudiendo servir de germen para desarrollar una gestión integrada de la RS” (Server y Capó, 2009: 28.).

En la tabla nº 1 aparecen detallados cada uno de los principios cooperativos así como su contenido y las dimensiones que conlleva su puesta en práctica para el campo de estudio de la RSCoop.

Tabla nº 1: Principios cooperativos y RSCoop

Principio cooperativo	Justificación social	Dimensión a analizar por RSCoop.
P. Adhesión voluntaria y abierta	La incorporación a una cooperativa debe ser voluntaria, a la vez que se debe garantizar el libre acceso por parte de cualquier persona.	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura cooperativa • Salida voluntaria • No discriminación
P. Gestión democrática	La dirección de la cooperativa se lleva a cabo mediante el establecimiento, por parte de sus socios, de bases democráticas que garantizan la participación.	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en asambleas • Accesibilidad a cargos sociales • Participación uso de servicios cooperativos
P. Participación económica de los socios	Los socios contribuyen de manera equitativa y con un control democrático al capital de la cooperativa. Al menos parte de ese capital es normalmente propiedad común de la cooperativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Capital como propiedad común • Compensación limitada al capital • Asignación de excedentes • Distribución Valor Añadido Cooperativo • Esfuerzo económico exigido a socios
P. Autonomía e independencia	Deberá vigilarse constantemente que las cooperativas no pierdan su autonomía a pesar de los acuerdos que éstas pudieran adoptar.	<ul style="list-style-type: none"> • Independencia financiera • Hipotética cesión de derechos políticos
P. Educación, formación e	La labor formativa y educativa que prestan a los socios, representantes, directores y	<ul style="list-style-type: none"> • Destinatarios Fondo de Educación

¹¹ Un extenso comentario de cada uno de estos principios, lo podemos encontrar en Tous (1999:580 y ss.).

información	empleados es esencial para la cooperativa ya que contribuye, en última instancia, a reforzar el movimiento cooperativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de educación • Incidencias promovidas directamente • No discriminación
P. Cooperación entre cooperativas	La colaboración cooperativa se establece tanto como un fin, el de obtener ventajas de cualquier índole, como un medio, el de contribuir a definir el futuro de estas sociedades.	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación empresarial cooperativa • Interrelación de capital • Cooperación educativa cooperativa • Cooperación aspecto representativo
P. Interés por la comunidad	La integración de la sociedad cooperativa a la comunidad en la que lleva a cabo sus operaciones debe ser patente y articularse a través de diferentes actividades.	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupación medioambiental • Influencia comunidad cercana • Responsabilidad con los trabajadores

Fuente: Elaboración propia a partir de Mugarra (2005: 316)

Como podemos observar, los principios cooperativos potencian la realización de actividades por el conjunto de socios, tanto a nivel de unidad social -principio de educación, formación e información-, de unidad empresarial -gestión democrática, participación económica-, como a nivel del entorno -interés por la comunidad-. Del mismo modo, se apela a la cooperación entre cooperativas como forma de influir y garantizar el futuro, matizando que si existiesen acuerdos con otras instituciones diferentes éstos deberían buscar la independencia y nunca la pérdida de autonomía. Podemos afirmar, por tanto, que “los principios cooperativos constituyen un marco común de referencia para evaluar, a través de su cumplimiento, la RS asumida y ejercida por las cooperativas resaltando su propia identidad” (Fernández *et al.*, 1998: 22).

Junto a la identificación que hemos efectuado sobre la relación RS y principios cooperativos, también encontramos la que propone la Comisión Europea y recogida en el trabajo de Server y Capó (2009:18) al respecto de este tema, así como la relación de indicadores de la RS según el Instituto Ethos de Brasil¹² (2008). Véase tabla nº 2.

Tabla nº 2: Relación entre Principios Cooperativos, RS e indicadores de la RS

Principios Cooperativos	RS (Comisión Europea)	Indicadores de la RS
1. Adhesión voluntaria y abierta	<ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza voluntaria de la RS 	1. Valores y transparencia

¹² El Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social, en Brasil, es una asociación de compañías de cualquier tamaño/sector que se interesa en el desarrollo de sus actividades de una manera socialmente responsable, en un proceso permanente de evaluación y superación.

Más información disponible en: <http://www.jussemper.org/Inicio/Recursos/Actividad%20Corporativa/institutoethos.html> (último acceso, 16 de julio de 2013).

2. <i>Gestión democrática por parte de los asociados</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia y credibilidad de las actividades de RS 	2. Comunidad interna
3. <i>Participación económica de los asociados</i>		3. Medio ambiente
4. <i>Autonomía e interdependencia</i>		4. Proveedores
5. <i>Educación, formación e información</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia y credibilidad de las actividades de RS • Enfoque equilibrado de la RS en los ámbitos económico, social y medioambiental, así como para los intereses de los consumidores 	5. Consumidores
6. <i>Cooperación entre cooperativas</i>		6. Comunidad
7. <i>Interés por la comunidad</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Localización de la acción comunitaria en actividades en las que la intervención de la Comunidad aporte un verdadero valor añadido • Enfoque equilibrado de la RS en los ámbitos económico, social y medioambiental, así como para los intereses de los consumidores • Atención a las necesidades específicas de las PYMES. Respeto de los acuerdos e instrumentos internacionales existentes 	7. Gobierno y sociedad

Fuente: Server y Capó (2009: 18) y Mugarra (2001).

Por otro lado y siguiendo la declaración de la ACI del año 1995, son valores que deben estar presentes dentro de una cooperativa *la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad*. De otro modo, los socios deberán interiorizar como propios las virtudes de *la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación social*. Como se puede observar, existe un elevado grado de interrelación entre estos valores y el concepto RS, hasta el punto de que Carrasco (2007) llega a afirmar que se encuentran en los fundamentos del concepto RSCoop.

4. REVELACIÓN SOCIAL Y COOPERATIVAS

Una vez que ha sido presentado el concepto RSCoop nos adentramos en un aspecto fundamental, la “forma” con la que se aborda la revelación de este tipo de actuaciones por parte de las cooperativas. El concepto que nos ocupa, revelación social o comunicación social, incluye todo tipo de comunicaciones efectuadas con el objetivo de dar a conocer públicamente aspectos de la RSCoop. Nos adentraremos en los siguientes epígrafes en el comentario de los

modelos más utilizados para este fin, tanto desde un punto de vista individual como comparado entre aquellos más relevantes como son la herramienta RSE.COOP y la Guía GRI para la Economía Social.

4.1. Justificación

El *Foro de Expertos en Responsabilidad Social de la Empresa*¹³ (2005: 7) manifiesta que “las políticas responsables emprendidas desde la empresa generan unos resultados, medibles a través de indicadores, que deben ser verificados externamente y comunicados de forma transparente”, lo cual pone de manifiesto la importancia de la revelación social.

Nos ocupamos como objetivo fundamental de este trabajo del estudio de la revelación social para el caso cooperativo, de mostrar su evolución y situación actual. Siguiendo la *Guía GRI* (2007: 3) podemos afirmar que las cooperativas, como empresas de Economía Social, muestran un elevado interés en la transparencia, rendición de cuentas y elaboración de memorias de sostenibilidad, al señalarse que “la economía social es la primera beneficiada por el hecho de dar a conocer sus especiales características y su forma de gestionar riesgos y oportunidades”

De manera más específica, consideramos que la finalidad de la revelación social para el caso de las sociedades cooperativas se relaciona con los siguientes elementos:

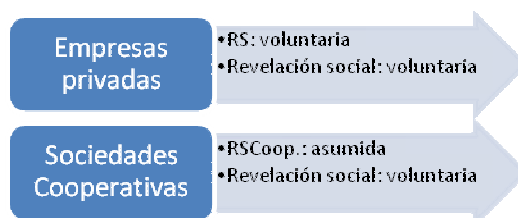
- Poner de manifiesto la identidad cooperativa
- Ofrecer información sobre la RSCoop, tanto asumida como ejercida por la cooperativa
- Favorecer la planificación, presupuestación y control sociales tanto a nivel micro como macroeconómico
- Difundir los beneficios de la cooperación

Como información que voluntariamente divulgan las empresas, la revelación social está justificada ante las expectativas de dar a conocer el contenido y el alcance del compromiso adquirido por la empresa en materia de RS (Leventis y Weetman, 2004; Abad y Bravo, 2006). La mejora de imagen, la legitimación, la reducción de costes políticos, entre otros aspectos, resultan ser los principales beneficios que desde la teoría se han apuntado para

¹³Información disponible en: http://www.mtin.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RSE.pdf (último acceso, 16 de julio de 2013).

justificar su realización por parte de las empresas, incluidas cooperativas. Desde nuestro punto de vista, y extensible para el caso de la Economía Privada, la trascendencia estratégica de este tipo de revelaciones es evidente, lo cual entendemos que no va en contra del desarrollo sostenible que se asume en cualquier tipo de actuación social o de RS. Sin embargo, para el caso de las cooperativas esta afirmación se modifica ligeramente. Ahora debemos indicar que cualquier cooperativa que debe ser responsable por la aplicación de sus principios y valores específicos, debería igualmente apostar por revelar esta información y aprovechar estratégicamente su función social lo mismo que en el caso de las empresas del sector privado. A continuación se muestran las divergencias planteadas para el tratamiento estratégico de la revelación social entre sociedades cooperativas y no cooperativas (ilustración nº 1)

Ilustración nº 1: La revelación social en el sector privado y social (cooperativas)



Fuente: Elaboración Propia.

No obstante, a pesar de todo lo comentado no podemos afirmar que las sociedades cooperativas constituyan ejemplos destacables en materia de revelación social, tal y como apuntan Mozas *et al.* (2010). Estos autores concluyen que, a pesar de la facilidad que estas empresas podrían tener para ejercer y transmitir la RS, no se visualizan las acciones a través de sus páginas web. Ello no invalida la importancia atribuida al ejercicio de la RS pero sí evidencia una necesidad de mejora de la revelación social en este tipo de empresas.

4.2. Herramientas para la revelación social

Siguiendo a la profesora Mugarra (2001: 1 y ss.) podemos identificar algunas experiencias por parte del mundo cooperativo que podrían calificarse como pioneras de este movimiento. En primer lugar desde la Organización Internacional del Trabajo (OIT), Raymond Louis sugiere la necesidad de que exista una contabilidad cooperativa que combine cuentas cooperativas por cada socio con un balance cooperativo y un presupuesto cooperativo. También se proponen dos iniciativas tempranas desde Canadá, la creación de un Balance Socio-Cooperativo, desde la Universidad de Sherbrooke por los doctores Marcel Laflamme y

Jean-Louis Bergeron. Este documento quedaría a su vez integrado por un balance interno y otro externo, así como indicadores subjetivos para la medición. Con el mismo origen canadiense aparece el manual *Social Audit Task Force: Social Auditing: A manual for Co-operative Organizations* (1985)¹⁴. Otros esquemas teóricos para modelizar la RSCoop los encontramos en Argentina, el Estado Analítico del Efecto Social por Gerardo Martínez y Alberto Bialakowsky así como desde Brasil, las propuestas de indicadores de Jose Odelso Schneider y Diva Benevides Pinho. Todas estas iniciativas tempranas vienen a justificar en definitiva la necesidad de informar sobre RSCoop así como del papel de la Contabilidad al respecto elaborando balances o documentos específicos para tal labor.

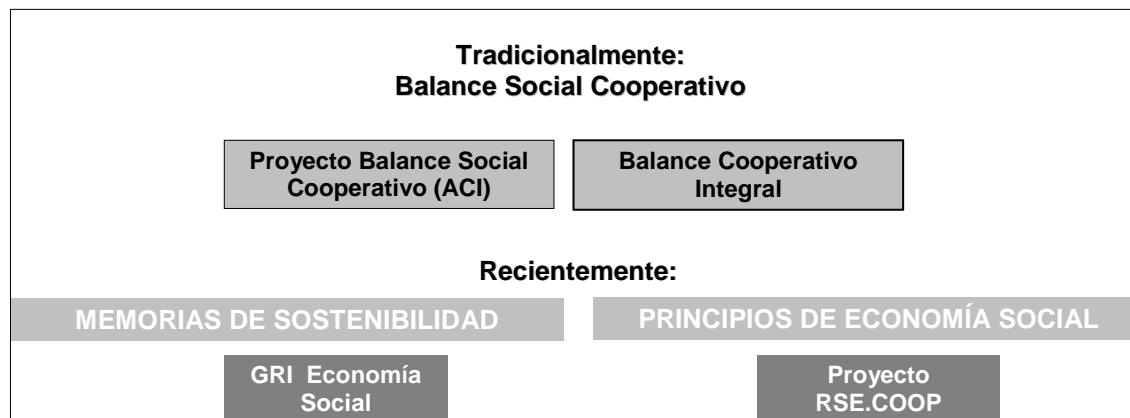
Si delimitamos el estudio de la revelación social cooperativa dentro del ámbito europeo, siguiendo para ello a Belhaouri *et al.* (2005: 8) podemos afirmar que destacan tres iniciativas dentro de este contexto. En primer lugar, la propuesta del *Centro de jóvenes dirigentes y actores de la Economía Social* (Capron, 2001), de origen francés y naturaleza cualitativa. Realizado por un experto independiente basado en información interna y externa sobre 15 criterios que reflejan la base de la RS, el objetivo perseguido es la mejora, esto es, obtener un perfil multidimensional de la cooperativa para ser mejorado. En segundo lugar, también resulta fundamental para este tema los esfuerzos realizados por la ACI (Mugarra, 1999 y 2001). El Balance Social Cooperativo como herramienta creada por este organismo se plantea como medio para evaluar el grado de seguimiento de los principios cooperativos desglosados en varias dimensiones y con especificaciones para diversos sectores, habiendo tenido desde su lanzamiento una gran repercusión. En tercer lugar, cabe mencionar la *Propuesta italiana cuyo contenido se estructura bajo la GRI*. Su objetivo está más relacionado con informar y generar confianza sobre las actividades y realizaciones de las cooperativas.

El caso español, a diferencia del contexto europeo que acabamos de comentar, cuenta con una iniciativa específica, la herramienta RSE.COOP elaborada por CEPES (2007), con un elevado grado de seguimiento entre las cooperativas que están apostando por este tema. De hecho, el panorama de las herramientas de revelación social se podría resumir en la ilustración nº 2 donde podemos advertir que las iniciativas al amparo de la GRI así como la herramienta RSE.COOP acaparan la máxima relevancia frente al tradicional Balance Cooperativo que

¹⁴ *Social Audit Task Force: Social Auditing: A manual for Co-operative Organizations* (1985), Co-operative Union of Canada, Ottawa.

tuvo su momento en años anteriores. A continuación nos detendremos en el análisis de cada una de estas herramientas específicas.

Ilustración nº 2: Evolución de la revelación social en cooperativas



Fuente: Elaboración Propia

4.2.1. Balance Cooperativo

Tradicionalmente, el *Balance Cooperativo* ha sido el instrumento que las cooperativas han utilizado para expresar los aspectos sociales y medioambientales aunque con diferentes enfoques y contenidos (Rondot y Bouchard, 2003). Puede ser definido siguiendo a Fernández *et al.* (1998: 5) como aquel “informe que emite una organización, cuya finalidad es brindar información metódica y sistemática referida a la RS asumida y ejercida por ella. Constituye una herramienta para informar, planificar, evaluar y controlar el ejercicio de dicha responsabilidad en concordancia con la identidad cooperativa”.

Dentro del mundo cooperativo hay que destacar, como experiencia importante, el llamado *Proyecto Balance Social Cooperativo*, “impulsado por la ACI y cuya meta era la de establecer un modelo de este informe y unas pautas de general aplicación a todas las Cooperativas” (Server y Villalonga, 2005: 9). El punto de partida lo constituyen los principios cooperativos formulados por la ACI, que al resultar comunes a cualquier cooperativa, permiten el objetivo de la comparabilidad de datos entre este tipo de empresas. Su funcionamiento se basa en el empleo de *indicadores sociales*, siendo algunos comunes y otros no a todas las cooperativas.

Otra experiencia importante en el campo del Balance Cooperativo es el denominado *Balance Cooperativo Integral* (Fernández *et al.*, 1998). Se trata del resultado de un proyecto

de investigación argentino preocupado por vincular el Balance Cooperativo al enfoque de la Contabilidad por Objetivos y al uso de indicadores socioeconómicos para, fundamentalmente, su utilización por cooperativas de primer grado. Consta de dos informes básicos:

- *Balance Social Cooperativo*: se dirige a las áreas interna y externa de una cooperativa y se presenta por medio de indicadores cuantitativos. Se considera conveniente su publicación junto a la información financiera obligatoria o estados contables.
- *Informe Social Interno*: destinado fundamentalmente al área interna y basado en indicadores cualitativos. Puede ser publicado igualmente.

Terminamos este epígrafe expresando algunas ventajas que la implementación de este balance puede generar en las cooperativas. Es evidente que constituye una manera de aportar información social y económica en base a los principios cooperativos, analizando los resultados de las acciones llevadas a cabo tanto en un momento puntual del ejercicio como a lo largo del tiempo, permitiendo así disponer de una información longitudinal que facilita la comparabilidad de resultados. Todo ello ayudará a la cooperativa a realizar una autoevaluación de su gestión con el fin de detectar sus fortalezas pero también aquellas debilidades que le motiven a la corrección de sus errores.

4.2.2. Proyecto RSE.COOP

A nivel español, debemos destacar una iniciativa reciente en el ámbito de la revelación social: *el proyecto RSE.COOP*¹⁵. Sus inicios se sitúan entre los años 2004 y 2007 por parte de la Confederación de Cooperativas de Cataluña a través del desarrollo de una experiencia piloto para adaptar al mundo cooperativo a la RS. Más tarde, y con la colaboración de CEPES, se procedió a su transferencia a todo el ámbito de la Economía Social. Su principal objetivo es la integración en estas empresas de una serie de mecanismos y comportamientos que la harán socialmente responsable, a través de una guía o herramienta, favoreciendo el desarrollo sostenible de estas formas empresariales y mejorando su competitividad en los mercados. Esta herramienta, diseñada desde la propia Confederación, tiene una doble funcionalidad: por una parte, diagnosticar y medir el grado de RS de la empresa, mediante un procedimiento específico de valoración y por otra, ser una guía de implantación de mejoras en

¹⁵ Más información disponible en: http://www.cepes.es/listado.cfm?padre=389&idSeccion=390&idsec=sec_11 (último acceso, 16 de julio de 2013).

los ámbitos que definen la RSE: el económico, el social y el medioambiental. Las empresas que sean calificadas como “socialmente responsables” obtendrán un certificado que así lo acredite y la concesión de uso de la *Marca de RSE en Economía Cooperativa*.

RSE.COOP, según la información ofrecida por CEPES en su página web, se define como una herramienta para conocer y cuantificar el grado de compromiso en RS de la sociedad cooperativa. Otros aspectos claves de su funcionamiento son: a) Una carta de 30 compromisos –véase tabla nº 3-, que representa la declaración de principios que tiene que asumir la organización y que define de forma general las medidas que se tienen que adoptar en el ámbito económico, ambiental y social para implantar una política de RS; b) Criterios para la valoración del grado de compromiso en RS teniendo en cuenta la diversidad de las organizaciones: dimensión/sector de actividad/ámbito geográfico; c) Indicadores que permitan medir los niveles de cada uno de los compromisos y que, de forma intrínseca, se puedan utilizar como una fórmula de implantación y valoración de la RS.

Tabla nº 3: Compromisos RSE.COOP

Vector económico	Vector ambiental	Vector social
C1. Gestión empresarial	C7. Política y gestión ambiental	C17. Democracia interna
C2. Uso de los recursos locales, favoreciendo el desarrollo económico local	C8. Producción y gestión de residuos	C18. Diálogo y transparencia con los grupos de interés
C3. Gestión de capital	C9. Gestión del agua	C19. Formación
C4. Sistemas de gestión	C10. Gestión de la energía	C20. Igualdad de oportunidades
C5. Marketing responsable	C11. Contaminación acústica	C21. Seguridad e higiene en el trabajo
C6. Innovación	C12. Contaminación atmosférica	C22. Estabilidad de la plantilla
	C13. Contaminación lumínica	C23. Condiciones sociolaborales
	C14. Afectaciones en el suelo	C24. Conciliación de la vida personal y laboral
	C15. Información y formación ambiental	C25. Derechos humanos
	C.16. Integración con el entorno	C26. Satisfacción de la clientela
		C27. Intercooperación
		C28. Comunidad local
		C29. Empresas proveedoras y empresas contratadas
		C30. Competencia

Fuente: Elaboración propia a partir de la información disponible en:

http://www.cepes.es/listado.cfm?padre=389&idSeccion=390&idsec=sec_11 (último acceso, 16 de julio de 2013).

4.2.3. La Guía GRI para la Economía Social

En los últimos años parece observarse en el caso cooperativo un creciente interés en la utilización de estándares internacionales de RS, y concretamente, la iniciativa *Global*

Reporting Initiative (GRI)¹⁶ a la hora de revelar su actuación responsable. Este hecho lo observamos en numerosas páginas web de sociedades cooperativas españolas así como su presencia en listados de sociedades que usan la GRI disponibles para el caso español en la web de este organismo. Un dato relevante es que el 41%¹⁷ de las 100 mayores cooperativas a nivel internacional tiene una estrategia definida de RS disponible públicamente, es decir comunican públicamente una estrategia de sostenibilidad que incluye objetivos establecidos y que está ligada a enfoques de gestión y estrategias corporativas de mayor alcance (Server y Capó, 2009: 13).

El interés apuntado ha desencadenado en una versión específica para el caso español de la GRI G3 denominada “*Ciclo preparatorio para la elaboración de memorias de sostenibilidad GRI: manual para organizaciones pequeñas y medianas. Edición especial para la Economía Social*”, de plena aplicación para cooperativas y a la que nos referiremos como GRI ES (2007).

De forma más específica, el manual posibilita que una organización de la Economía Social pueda dar cuenta de su desempeño como cualquier otra empresa utilizando los indicadores GRI e indicando igualmente el desempeño en relación a los valores y principios de la Economía social, mediante indicadores específicos¹⁸, así como poder informar de otros indicadores específicos de su propia actividad. La forma operativa de vincular los principios de la Economía Social con la GRI es estableciendo una serie de indicadores para cada uno de los principios de la Economía Social así como la correspondencia existente entre ambos.

Igualmente, la GRI ES establece el grado de seguimiento realizado de sus indicadores estableciendo tres niveles que van desde el nivel 3, con un 50% de detalle sobre los indicadores ofertados hasta el nivel 1, con un 90% de detalle. En la tabla nº 4 se recogen los principios de la Economía Social junto con las dimensiones de la RSCoop y el grado de seguimiento aludido de los indicadores.

¹⁶ Se trata de una iniciativa internacional creada con la finalidad de proveer un marco común en la elaboración voluntaria de información sobre el conjunto de prácticas económicas, ecológicas y sociales de las empresas, lo que podríamos denominar como un Marco Conceptual para la RS. Más información disponible en: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx> (último acceso, 16 de julio de 2013).

¹⁷ Información extraída del grupo de las 100 empresas cooperativas con mayores ingresos de los 22 países incluidos en el trabajo *Informes de Responsabilidad Social Corporativa* (KPMG) (2008) sobre Informes de Responsabilidad Social Corporativa (2008).

¹⁸ Para una mayor información puede consultarse la Tabla de Indicadores de la Economía Social y correspondencia con el Global Reporting Initiative, disponible en: http://www.rsecoop.coop/rsc_actu/indicadores_economia_social.pdf (último acceso, 16 de julio de 2013).

Tabla nº 4: GRI ES y RSCoop

Principios Economía Social	Nº indicadores	Dimensiones de la RSCoop.
Primacía de las personas y del objeto social sobre el capital	1	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia del objetivo social
Adhesión voluntaria y abierta	3	<ul style="list-style-type: none"> • Exigencias para la accesibilidad de propietarios en un sentido amplio: incorporación y salida
Organización y cultura empresarial con vocación de gestión participativa y democrática	8	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno democrático • Formación • Información
Conjunción de los intereses de los miembros usuarios y del interés general	5	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de interés • Derechos humanos • Identidad cultural
Defensa y aplicación de los principios de solidaridad	14	<ul style="list-style-type: none"> • Actuación en la sociedad • Actuación en el medioambiente • Gestión de grupos de interés
Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos	1	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión democrática
Aplicación de los excedentes o de la mayor parte de los mismos en la consecución de los objetivos a favor del interés general, de los servicios a los miembros	4	<ul style="list-style-type: none"> • Reparto de beneficios responsable • Reparto de beneficios social • Reparto de beneficios equitativo

Fuente: Elaboración propia a partir de GRI ES (2007: 46-47)

4.3. Estudio comparativo

Ya han sido realizados algunos trabajos previos sobre el grado de superposición de diferentes iniciativas dirigidas a la revelación social. Entre ellos, el realizado por Mugarra y Blanco (2004) dentro del Instituto de Estudios Cooperativos de la Universidad de Deusto para el Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi donde se analizan tres grandes ejes de influencia en esta materia para las cooperativas vascas: Principios Cooperativos, GRI y Modelo EFQM de Calidad. Igualmente, también ha sido estudiada la correspondencia entre los diferentes indicadores de la GRI ES y la GRI. G3 dentro de la propia versión GRI ES.

Sin embargo, en nuestra opinión, queda un hueco importante de investigación en este tema que analice la relación que existe entre las iniciativas más estandarizadas de revelación social para el caso cooperativo; nos referimos a comparar el alcance de la herramienta RSE.COOP con la GRI ES. En la tabla nº 5 mostramos las principales semejanzas y divergencias detectadas.

Tabla nº 5: Estudio comparativo RSE.COOP y GRI ES

Aspectos a evaluar	RSE.COOP	GRI ES
<i>Orientación</i>	Empresas cooperativas	Economía Social
<i>Finalidad</i>	Implantación de Políticas de RS, Sistemas de Gestión de Responsabilidad Social (SGRS)	Elaboración de Memorias de Sostenibilidad
<i>Metodología</i>	30 compromisos que se dividen en tres vectores: económico, ambiental y social	Se identifican indicadores de desempeño económico, de desempeño ambiental y de desempeño social. A su vez se incorpora un listado de indicadores de la Economía Social y su correspondencia con cada uno de los anteriores
<i>Evaluación</i>	Propia y por terceros	Propia y por terceros
<i>Seguimiento</i>	Existen tres niveles: 50%, 70% y 90% de cumplimiento de los compromisos establecidos	Existen tres niveles, C, B y A, según el grado de detalle ofrecido para cada tipo de desempeño.

Fuente: *Elaboración Propia*

A modo de resumen podemos advertir la complementariedad de ambas herramientas, pudiendo llegar a afirmar que la herramienta RSE.COOP constituye la implantación operativa de la GRI ES en cooperativas. De hecho, sus orígenes conjuntos, tras convenios de colaboración entre CEPES y la Confederación de Cooperativas Catalanas y la GRI, apoyan lo anterior.

5. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

En línea con los autores centrados en el campo de la RSCoop consideramos que las empresas cooperativas gozan de una situación de partida en el campo de lo “social” que facilita la gestión de su RS. La actuación responsable supone integrar en la cultura organizacional una serie de aspectos que en la función cooperativizada de estas empresas se encuentran, en su gran mayoría presentes, nos referimos a la identidad cooperativa resultante del compromiso en valores y principios cooperativos.

La revelación social consideramos que posee un elevado potencial estratégico y que permite aprovechar con fines competitivos la actuación en materia de RS y, concretamente en RSCoop. En este sentido, han sido revisadas las principales iniciativas realizadas hasta la fecha encontrando que el Balance Social Cooperativo es la opción más conocida, basada en el grado de seguimiento de los principios cooperativos así como en el uso de indicadores concretos de actuación. Si bien, parecen ganar peso en el campo de la RSCoop española la herramienta RSE.COOP, como iniciativa más específica para las sociedades cooperativas españolas así como la versión propia para la Economía Social de la Guía GRI, la GRI ES.

Esta última, como guía de reconocimiento internacional, también ocupa un papel clave por el carácter estandarizador que ofrece a este tipo de revelación cooperativa.

Tras revisar conjuntamente el papel de las dos herramientas más relevantes dentro del panorama cooperativo español, RSE.COOP y GRI ES, podemos evidenciar que la primera, como aplicación operativa de los postulados de la GRI ES para el caso cooperativo, resulta de mayor utilidad práctica. No obstante, como limitación del trabajo presentado y línea futura en la que profundizar, es necesario trasladar de forma práctica el contenido del trabajo, con el fin de analizar cómo es realmente la comunicación social de las cooperativas y el uso que de estos instrumentos se está realizando.

BIBLIOGRAFÍA

- ABAD NAVARRO, M.C. y BRAVO URQUIZA, F. (2006) Divulgación de Información prospectiva por las empresas del Ibex-35: Análisis empírico de sus factores explicativos. Comunicación presentada al XII Encuentro de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad (ASEPUC), Burgos.
- ACI-AMÉRICAS (2010) *Responsabilidad Social Cooperativa*. Disponible en: <http://www.aciamericas.coop/Balance-Social> (último acceso, 16 de julio de 2013).
- ARCAS, N. y BRIONES, A.J. (2009) Responsabilidad social empresarial de las Organizaciones de la economía Social. Valoración de la misma en las empresas de la Región de Murcia. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 65, pp. 143-161.
- BELHOURAI, A., BUENDÍA MARTÍNEZ, I., LAPOINTE, M-J. y TREMBLAY, B. (2005) La Responsabilidad Social de las empresas: ¿un nuevo valor para las cooperativas?. En: *X Jornadas de Investigadores en Economía Social y Cooperativa*. Baeza.
- BOWEN, H.R. (1953) *Social responsibilities of businessman*. Harper & Brohters, New York.
- BRIONES PEÑALVER, A.J. (2010) Responsabilidad social de las empresas de Economía Social: estudio de las dimensiones que influyen en los resultados. En: *XX Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica*, Évora (Portugal).
- BROWN, D., DILLARD, J. y SCOTT MARSHALL, R. (2006) Triple Bottom Line: A Business Metaphor for a Social Construct. *Documento de Trabajo*, Universidad Autónoma de Barcelona.

- CABRERA, M.K. y DENIZ, M.C. (2003) Responsabilidad social corporativa y empresa familiar. Evidencia para el caso español. En: *XIII Congreso Nacional de ACEDE*, septiembre.
- CAPRON, M. (2001) Intereses, límites y perspectivas de un nuevo instrumento de autoevaluación de las organizaciones: el balance cooperativo. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* vol. 39, pp. 79-92.
- CARRASCO, I. (2007) Corporate Social Responsibility, Values and Cooperation. *International Journal in Advanced Economic Research*, vol. 13, nº 4, pp. 454-460.
- CASTRO, M. (2006) Las empresas de economía social y la responsabilidad social corporativa, *Papeles de Economía Española*, nº 108, pp. 92-105.
- CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL ESPAÑOLA DE LA ECONOMÍA SOCIAL (CEPES) (2007) Manual para el tutor del Programa RSE.COOP. Disponible en: http://www.cepes.es/listado.cfm?padre=389&idSeccion=390&idsec=sec_11
- (2009) *La economía social en España 2008/2009*. Disponible en: http://www.ciriec.es/CIRIEC_Grandes_Cifras_Economia_Social.pdf
- (2008-2009) *La economía social en España 2010/2011*. Disponible en: http://www.cepes.es/publicacion_cepes=63 (último acceso, 16 de julio de 2013).
- (2009-2010) *La economía social en España 2010/2011*. Disponible en: http://www.cepes.es/publicacion_cepes=68 (último acceso, 16 de julio de 2013).
- (2010-2011) *La economía social en España 2010/2011*. Disponible en: http://www.cepes.es/publicacion_cepes=83 (último acceso, 16 de julio de 2013).
- COLBERT, B.A. y KURUCZ, E. (2007) Three conceptions of Triple Bottom Line Business Sustainability and the Role for HRM. *HR, Human Resource Planning*, vol. 30, nº 1, pp. 21-29.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001a) *Las cooperativas en la Europa de las empresas*. Bruselas, 7/12/2001. Disponible en: <http://www.neticoop.org.uy/IMG/pdf/dc0383.pdf> (último acceso, 16 de julio de 2013).
- (2001b) *Libro Verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*. Documento COM (2001) 366 final. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de las Comunidades Europeas.
- (2002) Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible/COM/2002/0347 final. Disponible en: <http://eur->

- lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52002DC0347:ES:HTML (último acceso, 16 de julio de 2013).
- DÍAZ FONCEA, M. y MARCUELLO SERVÓS, C. (2010) Impacto económico de las cooperativas. La generación de empleo en las sociedades cooperativas y su relación con el PIB. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 67, pp. 23-44.
- ELKINGTON, J. (1998) *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, 2nd ed. Capstone Publishing Ltd., Oxford.
- (2004) Enter the Triple Bottom Line. En: Adrian Henriques and Julie Richardson (Eds). *The Triple Bottom Line: does it all add up*. EarthScan, London UK.
- FERNÁNDEZ, L., GEBA, N., MONTES, V. y SCHAPOSNIK, R. (1998) *Balance Social Cooperativo Integral*. Disponible en: <http://www.redelaldia.org/IMG/pdf/0306.pdf>
- FOMBRUN, C. y SHANLEY, M. (1990) What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, vol. 33, nº 2, pp. 233-258.
- GARCÍA DE MADARIAGA, J. y VALOR MARTÍNEZ, C. (2004) Análisis de la implantación del modelo sostenible entre empresas españolas multinacionales. En: *XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Epum.
- GARRIGA, E. y MELÉ, D. (2004) Corporate Social Responsibility Theories. Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, vol. 53, pp. 51-71.
- GARRIGUES, A. y TRULLEQUE, F. (2008) Responsabilidad social corporativa: ¿papel mojado o necesidad estratégica?. *Harvard Deusto Business Review*, enero, pp. 19-36.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2007): *Ciclo Preparatorio para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad GRI. Edición Especial para la Economía Social*. GRI, Colecciones de Aprendizaje.
- ITURROZ DEL CAMPO, J. (2002) Los aspectos económico-financieros como elementos determinantes de las empresas de participación: comparación con la economía social y el tercer sector. En: VARGAS SÁNCHEZ, A. Y G. LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS: *Las empresas de participación en Europa: el reto del siglo XXI. Homenaje al Prof. Dr. Carlos García-Gutiérrez Fernández*, Escuela de Estudios Cooperativos, Madrid.
- KMPG (2008) *International survey of Corporate Responsibility Reporting 2008*. Disponible en: http://www.kpmg.nl/Docs/Corporate_Site/Publicaties/Corp_responsibility_Survey_2008.pdf (último acceso, 16 de julio de 2013).

- LAMAS NOLASCO, A. (2009) Cooperativas: negocios socialmente responsables. *El Economista*, 11 de junio de 2009.
- LEVENTIS, S. y WEETMAN, P. (2004) Impression management: dual language reporting and voluntary disclosure. *Accounting Forum*, nº 28, pp. 307-328.
- LEVI, Y. y PELLEGRIN-RESCIA, M.L. (1997) A new look at the embeddedness / disembeddedness issue: cooperatives as terms of reference. *Journal of Socio-Economics*, vol. 26, nº 2, pp. 159-179.
- LIZCANO ALVAREZ, J.L. (2003) RSC y confianza en las organizaciones. Una aproximación al cuadro de mando para la responsabilidad social. *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, vol. 8, pp. 1-25.
- MARÍN, L. y RUBIO, L.A. (2008) ¿Moda o factor competitivo? Un estudio empírico de responsabilidad social corporativa en Pyme. *Tribuna de Economía, ICE*, nº 842, pp. 177-194.
- MONEVA ABADÍA, J.M., FUERTES CALLÉN, Y. y PASCUAL GASPAS, E. (2001) Información de base social en el sector eléctrico español: análisis de su evolución y factores explicativos. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, vol. 9, pp. 227-248.
- MOZAS MORAL, A., PUENTES POYATOS, R. y BERNAL JURADO, E. (2010) La E-Corporate Social Responsibility en las sociedades cooperativas agrarias andaluzas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 67, pp. 187-212.
- MUGARRA ELORRIAGA, A. (1999) Proyecto balance de identidad cooperativa. *Anuario de Estudios Cooperativos*, Universidad Deusto, pp. 303-390.
- (2001): Responsabilidad y Balance Social hoy en día: Un reto para las Cooperativas. *CIRIEC ESPAÑA, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*.
- (2005): Memoria de sostenibilidad. Una propuesta adaptada para las cooperativas de enseñanza del País Vasco, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 53, pp. 333-349.
- MUGARRA, A. y BLANCO, E. (2004) *Propuestas de contenidos de un Balance Social para aplicar a las cooperativas vascas*. Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi. Disponible en: http://www.csce-ekgk.coop/archivo_1/NvS4AjDn_Anuario%202003.pdf (último acceso, 16 de julio de 2013).
- NORMAN, W. y MaCDONALD, CH. (2004) Getting to the Bottom of “Triple Bottom Line”. *Business Ethics Quarterly*, marzo, vol. 14, nº 2, pp. 243-262.

- NOVKOVIC, S. (2008) Defining the co-operative difference. *The Journal of Socio-Economics*, nº 37, pp. 2168-2177.
- PAPMEHL, A. (2002) Beyond the Gaap. *CMA Management*, vol. 76, nº 5, pp. 20-25.
- PÉREZ SANZ, F.J., ESTEBAN SALVADOR, L. y GARGALLO CASTEL, A. (2009) Participación, gobierno democrático y resultados cooperativos: una perspectiva de RSE. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 65, pp. 163-190.
- ROBERTS, R.W. (1998) A Stakeholder Approach to the Corporate Single Audit. *Critical Perspectives on Accounting*, vol. 9, pp. 227-232.
- RONDOT, S. y BOUCHARD, M. (2003) L'évaluation en économie sociale. Petit aide-mémoire. Alliance de reserche universités-comunautés en économie sociale. *Cahiers de recherche*, nº R03-2003, mars, 35.
- SERVER IZQUIERDO, R.J., GARCÍA, G. y VILLALONGA, I. (2003) La responsabilidad Social Cooperativa: antecedentes y situación actual. En: *Encuentro Nacional de Institutos y Centros Universitarios de Investigación en Economía Social*. Universidad Politécnica de Valencia.
- SERVER IZQUIERDO, R. y CAPÓ VICEDO, J. (2009) La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las sociedades cooperativas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 65, pp.7-31.
- SERVER IZQUIERDO, R. y VILLALONGA, I. (2005) La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 53, pp. 137-161.
- TOUS ZAMORA, D. (1999) La cultura organizacional como factor de éxito en las empresas cooperativas. En: *Primer Congreso sobre Cooperativismo Español*, Osuna, pp. 571-587.
- TOUS ZAMORA, D. y CIRUELA LORENZO, A.M. (2005) Responsabilidad social y cultura en las sociedades cooperativas agrarias. Modelo general de Balance Social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 53, pp. 209-240.