**ESTUDIO DE LAS HERRAMIENTAS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO EN LAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO ESPAÑOLAS: UN ANÁLISIS A TRAVÉS DE SUS MEMORIAS SOCIALES**

**RESUMEN**

El emprendimiento constituye los cimientos para el impulso y el progreso de la actividad empresarial y de la economía de mercado. La finalidad de este trabajo es identificar cuáles son las acciones llevadas a cabo por las cooperativas de crédito españolas, dentro de su política de RSC, con respecto al apoyo al emprendimiento, al fomento de la economía social y al respaldo a la actividad empresarial, en general. Para ello, se ha realizado un análisis basado en estudios de casos, tratando de identificar, a través del examen de las memorias sociales de las cooperativas de crédito, qué instrumentos de apoyo ofrecen a los emprendedores y a la economía social. Como entidades de carácter social y que fueron creadas originariamente muchas de ellas para financiar al sector agrario, ofrecen un amplio abanico de productos y servicios destinados a fomentar la creación de nuevas empresas y el desarrollo de las ya existentes. Sin embargo, no se fomentan proyectos de emprendimiento social, lo que debería identificar una emergente área de actuación.

**PALABRAS CLAVE**:memorias RSC, cooperativas de crédito, emprendimiento, emprendimiento social.

1. **INTRODUCCIÓN**

El emprendimiento supone la base para el desarrollo de la actividad empresarial y de la economía de mercado. La actual crisis económica ha agudizado la necesidad de emprendedores y de identificar nuevos yacimientos de empleo y de negocio. Las cooperativas de crédito se caracterizan por su fuerte vinculación con el entorno socioeconómico y, por tanto, parece lógico que deberían integrar el apoyo a los emprendedores dentro de sus políticas. Además, como entidades que forman parte de la economía social, el apoyo al emprendimiento social debería ser prioritario.

En consecuencia, el presente trabajo tiene por objeto identificar cuál es el rol de las cooperativas de crédito españolas con respecto el fomento de las iniciativas emprendedoras, de la economía social y de la actividad empresarial, en general. Para este fin, en primer lugar, se han definido los conceptos de emprendimiento y emprendimiento social; seguidamente, se presentan brevemente las principales corrientes de pensamiento acerca del concepto de Responsabilidad Social Corporativa; y, a continuación, se realiza un estudio cualitativo sobre la divulgación de la RSC de las cooperativas de crédito, analizando sus instrumentos de apoyo a los emprendedores, a la economía social y al resto de empresas de su entorno.

1. **DESARROLLO TEÓRICO**
   1. **Emprendimiento y emprendimiento social**

La definición clásica de emprendimiento la elaboró Schumpeter (1934) hace casi ya cien años, al definirlo como el proceso de desarrollar nuevas combinaciones en un periodo temporal acotado. En este marco, el emprendedor es todo aquel que realiza nuevas combinaciones de medios de producción, y cuando el proceso de combinación termina, el individuo pierde su carácter emprendedor.

Las definiciones más modernas matizan la definición, afirmando que es “el proceso de creación o aprovechamiento de una oportunidad, a pesar de los recursos actualmente controlados” (Timmons, 1994) o “el estudio de cómo, por quién y con qué efectos las oportunidades para crear bienes o servicios son descubiertas, evaluadas y explotadas” (Shane y Ventakaraman, 2000).

Por su parte, respecto al emprendimiento social, las primeras definiciones identifican al emprendedor social como un agente de cambio que busca la creación y sostenibilidad de valor social (no sólo el privado), el reconocimiento y seguimiento de nuevas oportunidades para mejorar el mismo, el compromiso con un proceso continuo de innovación, adaptación y aprendizaje y la exhibición de un elevado sentido de transparencia y rendición de cuentas a sus interesados y de verificación de sus resultados (Dees, Emerson y Economy, 2001).

Definiciones más próximas lo definen como el compromiso para crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios para satisfacer las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales convencionales (De Pablo, 2005). El emprendimiento social se enmarca, en la mayoría de los casos y en términos generales, dentro del ámbito de la economía social y, más en particular, en la denominada nueva economía social o solidaria (Laville, 2000; Sanchis y Melián, 2011).

* 1. **Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa**

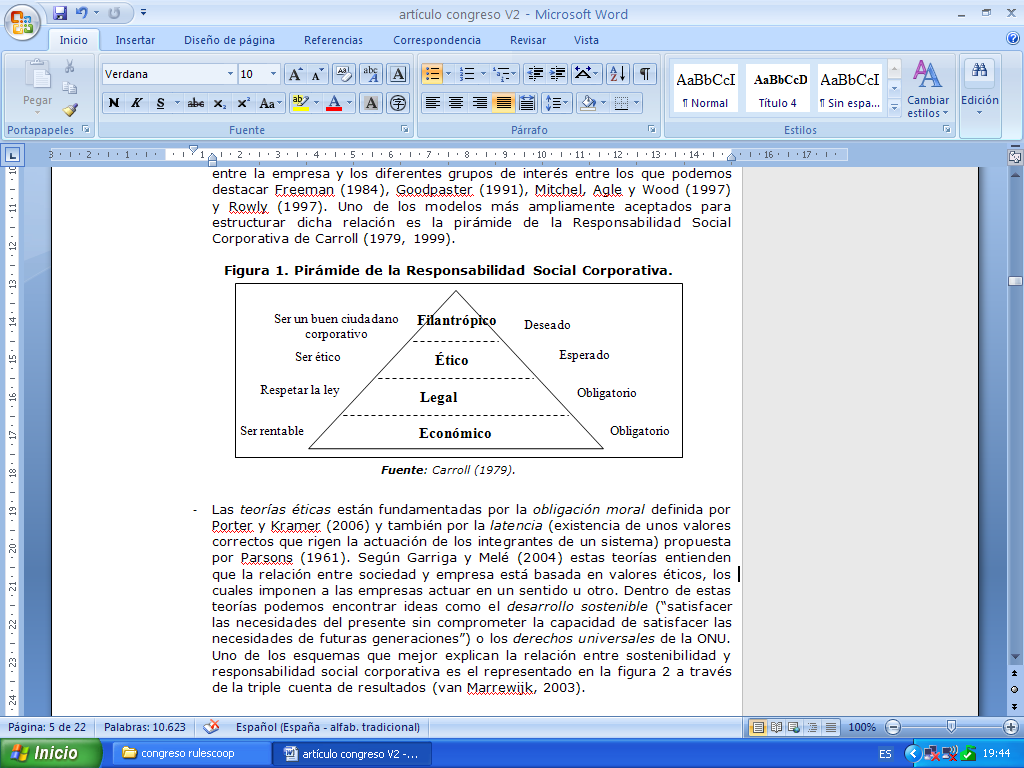
El reposicionamiento de la empresa respecto a la sociedad fue recogido por primera vez por Bowen (1953) en su obra *Social Responsibilities of the Businessman*. Desde entonces, el concepto de responsabilidad ha sido abordado desde diversas teorías filosóficas y de gestión, siendo utilizadas diferentes tesis para describir la responsabilidad de las corporaciones con la sociedad. No obstante, como apuntan Cramer, Jonker y van der Heijden (2004), en ocasiones se ha utilizado el término Responsabilidad Social Corporativa como un “cajón de sastre”, lo cual ha comportado una profusa variedad de definiciones y enfoques.

En la amplia literatura existente se pueden encontrar tres razones principales que han impedido acotar claramente el concepto, lo que también ha impedido avanzar hacia un consenso en su aplicación empresarial. La primera razón es su polémica esencia, pues permite ser valorado subjetivamente (Matten y Crane, 2003). En segundo lugar, por su solapamiento con otros conceptos derivados de las relaciones entre la empresa y la sociedad (Matten y Moon, 2005). En último lugar, cabe destacar también que sea un fenómeno dinámico y cambiante con la sociedad (Carroll, 1999). Así pues, como bien resume Campbell (2007), el comportamiento socialmente responsable puede significar diferentes cosas, en diferentes lugares, para diferentes personas y en diferentes momentos.

Ante esta situación, un gran número de autores han tratado de revisar de manera ordenada la literatura relacionada con la RSC con el fin de extraer líneas de pensamiento homogéneas y así disminuir la vaguedad del concepto. Una de las revisiones más completas y que al mismo tiempo ha gozado de mayor aceptación fue la realizada por Garriga y Melé (2004). Su clasificación de las principales corrientes de pensamiento sobre la RSC en cuatro grupos se basó en los requisitos establecidos por Parsons (1961) para el mantenimiento de cualquier sistema social. Asimismo, estos cuatro grupos están relacionados de manera directa con las cuatro justificaciones que Porter y Kramer (2006) consideran relevantes.

Las *teorías instrumentales* asumen que las empresas son un instrumento para crear riqueza y esa es su única responsabilidad social, considerando así solamente la vertiente económica de la interacción entre empresa y sociedad. Por su parte, las *teorías políticas* enfatizan la responsabilidad que soportan las empresas por ostentar cierto poder en la sociedad, lo cual las obliga a aceptar ciertos derechos y deberes sociales (Garriga y Melé, 2004). Las *teorías integradoras* sostienen que las empresas dependen de la sociedad tanto para crecer como para simplemente existir, y -por ello- deben integrar las demandas sociales en su gestión. Uno de los modelos más ampliamente aceptados para estructurar dicha relación es la pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa de Carroll (1979, 1999).

**Figura 1. Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa.**

****

***Fuente****:**Carroll (1979).*

Las *teorías éticas* entienden que la relación entre sociedad y empresa está basada en valores éticos, los cuales imponen a las empresas actuar en un sentido u otro. Uno de los esquemas que mejor explican la relación entre sostenibilidad y RSC es el representado a través de la triple cuenta de resultados (van Marrewijk, 2003).

**Figura 2. Relación entre RSC, sostenibilidad y triple cuenta de resultados.**



***Fuente****: Wempe y Kaptein (2002).*

* 1. **La comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa**

La divulgación de la RSC ha ido adquiriendo notoriedad entre las prácticas de la empresa española, aunque también es cierta la escasez de criterios normalizados para su difusión. A pesar de ello, se han desarrollado determinados consensos en la gestión empresarial que han posibilitado la aceptación de un concepto particular. Esta concepción ha sido implementada dentro de la gestión de cada organización de diversas maneras, hecho que dificulta un estudio transversal a múltiples entidades.

No obstante, para la consecución de un cierto consenso respecto de la RSC y su implementación en la empresa española, un aspecto fundamental ha sido la aceptación de la premisa que para que un negocio sea sostenible en el largo plazo, éste debe ser socialmente responsable. Las motivaciones son básicamente por reputación, ventaja competitiva y moda (Melé, 2004). En consecuencia, no es casual el hecho de que la empresa haya liderado en España el desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa.

Tal y como se ha mostrado en la exposición de las principales teorías, numerosos autores apuntan a que la implementación de prácticas socialmente responsables en la gestión de empresas aporta valor a sus productos o servicios (Mitchell et al., 1997; Knox et al., 2005, McWilliams y Siegel, 2001; Porter y Kramer, 2006; Weber, 2008). Es decir, una gestión responsable crea un valor latente que puede ser explotado a través de una comunicación efectiva con los grupos de interés. Una comunicación que debe servir para mejorar la reputación (Cochran y Wood, 1984) o construir una ventaja corporativa (Porter y Kramer, 2006). La construcción de la reputación implica un juicio de valor de los grupos de interés, y ésta está influenciada por una actuación coherente y la comunicación de la misma que realice la empresa (Weber, 2008).

Las compañías utilizan un amplio rango de canales para la comunicación de RSC, canales que incluyen informes sociales, temáticos, códigos de conducta, sitios web, consultas a *stakeholders*, canales internos, premios y eventos, marketing relacional, envase del producto, intervenciones en prensa y en televisión y material para el punto de venta (Illia et al., 2010). No obstante, los informes sociales son “*el principal canal para comunicar el efecto social y medioambiental de las acciones económicas de las organizaciones sobre grupos de interés particulares dentro de la sociedad*” (Gray, Owen y Adams, 1996). Muchos de éstos se elaboran conforme a estándares de *reporting*, como *Global Reporting Initiative* y *AA1000* de AccountAbility.

1. **METODOLOGÍA**

Desde sus inicios la mayoría de la literatura sobre Responsabilidad Social Corporativa ha sido más descriptiva que positivista (Campbell, 2007), limitando notablemente su estudio empírico. Según Yin (1989), al investigar un fenómeno contemporáneo en su contexto real, cuándo las fronteras entre fenómeno y contexto no son evidentes, resulta interesante usar el estudio del caso cómo herramienta de análisis. Es decir, atendiendo a la limitación del estudio cuantitativo, se considera más adecuado un análisis cualitativo basado en estudios de casos.

En este trabajo, para la elección de los casos se ha seguido un muestreo teórico, no estadístico, tratando de escoger aquéllos que puedan ofrecer una mayor oportunidad de aprendizaje (Denzin y Lincoln, 1994). Se ha realizado un diseño de investigación exploratorio, cualitativo y fundamentado en la obtención de información primaria procedente de informes y documentación corporativa. Para la elección de los distintos casos-estudio, se han seleccionado, de entre las 74 cooperativas de crédito españolas existentes a cierre de 2011, aquéllas que elaboran un informe social o similar. Y de entre éstas, aquellas que entre sus políticas de RSC está el emprender acciones en favor del emprendimiento, de la economía social y de la actividad empresarial, en general. La información recabada de cada caso-estudio se ha obtenido a partir de tres fuentes primarias: la página web de la Unión Nacional de Cooperativas de Crédito (UNACC), la web corporativa de cada entidad y las redes sociales. La mayor parte de la información que las cooperativas de crédito divulgan sobre su Responsabilidad Social Corporativa se realiza a través de sus páginas web, las cuales han sido estudiadas, prestando una especial atención a los documentos relacionados con la información institucional.

Este análisis permite identificar las acciones llevadas a cabo por cada entidad, dentro de su política de RSC, en relación al apoyo a los emprendedores, al fomento de la economía social y al respaldo a la actividad empresarial.

1. **RESULTADOS**

Con el análisis de los distintos casos-estudio se ha perseguido la obtención de evidencias sobre el verdadero valor que las entidades conceden a diversos aspectos de la Responsabilidad Social Corporativa.

Si bien las cooperativas de crédito han sido creadas con un fin social y todas ellas participan en el desarrollo y enriquecimiento de la sociedad, el resultado de esta investigación ha sido que, de las 74 cooperativas de crédito españolas existentes a fecha 31/12/2011, 19 de ellas elaboran una memoria social o similar, mediante la cual divulgan sus políticas de sostenibilidad, como se observa en la tabla 1, y, tan sólo 7 de éstas mencionan acciones de apoyo al emprendimiento, a la economía social y a la actividad empresarial. Estas 7 entidades son Cajamar Caja Rural, Caja Laboral Popular, Nueva Caja Rural de Aragón, Caja Rural de Granada, Ipar Kutxa, Caja Rural de Burgos y Caixa Popular-Caixa Rural.

No obstante, cabe señalar que, en colaboración con el Instituto de Crédito Oficial (ICO), las cooperativas de crédito ponen a disposición de autónomos y empresarios líneas de financiación adecuada en condiciones preferentes, con el fin de que éstos puedan desarrollar proyectos de inversión en cualquier etapa del negocio. Los principales objetivos de estas líneas son: estimular la iniciativa emprendedora, favorecer el desarrollo del tejido empresarial, fomentar la creación de empleo, impulsar la internacionalización de las empresas españolas y mejorar su competitividad. Algunas de éstas son: ICO Emprendedores, ICO Crecimiento empresarial, ICO Pymes, ICO Economía Sostenible o ICO Internacionalización, entre otras.

A continuación, se describen cuáles son las actividades e iniciativas promovidas por las cooperativas de crédito señaladas con respecto al emprendimiento, la economía social y la actividad empresarial.

**Tabla 1. Características de las cooperativas de crédito.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **COOPERATIVAS DE CRÉDITO** | **TOTAL ACTIVO** | **RESULTADO DEL EJERCICIO** | **OFICINAS** | **EMPLEADOS** | **SOCIOS** | **RSC** |
| Cajamar Caja Rural | 30.191.844.000 | 44.435.000 | 974 | 4.624 | 772.060 | (1) |
| Caja Laboral Popular | 20.839.953.000 | 19.407.000 | 364 | 2.163 | 2.614 | (1) |
| Ruralcaja | 8.964.676.000 | 8.771.000 | 489 | 1.904 | 216.330 | (2) |
| Nueva Caja Rural de Aragón | 6.023.075.000 | 5.013.000 | 322 | 989 | 108.810 | (1) |
| Caja Rural de Granada | 5.089.844.000 | 5.027.000 | 197 | 816 | 99.296 | (1) |
| Caja Rural Castilla-La Mancha | 4.065.946.000 | 7.991.000 | 201 | 779 | 61.496 | (1) |
| Ipar Kutxa | 3.765.454.000 | 9.882.000 | 88 | 397 | 6.177 | (2) |
| Cajasiete | 1.484.145.000 | 2.960.000 | 84 | 306 | 39.367 | (2) |
| Caja Rural de Canarias | 1.295.498.000 | 2.330.000 | 69 | 325 | 23.676 | (2) |
| Caja Rural de Soria | 1.221.277.000 | 2.015.000 | 53 | 219 | 23.516 | (2) |
| Caja Rural de Burgos | 1.207.099.000 | 3.271.000 | 69 | 197 | 19.375 | (2) |
| Caja Rural Central | 1.127.824.000 | 4.053.000 | 73 | 263 | 35.822 | (2) |
| Caja de Arquitectos | 1.121.884.000 | 2.725.000 | 26 | 165 | 21.146 | (2) |
| Caixa Popular - Caixa Rural | 1.054.797.000 | 3.355.000 | 59 | 269 | 371 | (2) |
| Caja Rural San José de Alcora | 185.603.000 | 1.547.000 | 3 | 20 | 3.455 | (2) |
| Caixa Rural de Benicarló | 178.455.000 | 115.000 | 5 | 28 | 4.605 | (2) |
| Caixa Rural de Vinarós | 172.274.000 | 162.000 | 1 | 21 | 8.484 | (2) |
| Caja Rural de Betxi | 172.084.000 | 954.000 | 2 | 15 | 2.193 | (2) |
| Caja Rural de Albal | 170.094.000 | 433.000 | 2 | 13 | 2.949 | (2) |
| (1) Informes de RSC estandarizados.  (2) Memorias sociales, informes de las fundaciones o de acción social. | | | | | | |

***Fuente****: Elaboración propia a partir del “Anuario 2011” de la UNACC (2012).*

* ***Cajamar Caja Rural***

Cajamar Caja Rural, cabecera del Grupo Cooperativo Cajamar, es la primera caja rural y cooperativa de crédito española por volumen de activos. En 2012, ha culminado su fusión con el Grupo CRM, que da lugar al Grupo Cajas Rurales Unidas.

La entidad publica su *“Informe de Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad”*, elaborado conforme a los criterios GRI. La RSC representa su compromiso voluntario de contribuir a la mejora de la sociedad, del medio ambiente, de la economía y de los sectores económicos y sociales con los que interactúa. Es uno de los pilares de su sistema ético.

Con el objetivo de dotar de soluciones financieras y servicios a todos los clientes autónomos y pymes, la caja pone a su disposición una amplia oferta de productos y servicios destinados a apoyar a los emprendedores, a través de la financiación de activos fijos nuevos, con el fin de facilitar la puesta en marcha de proyectos de autoempleo, microempresas y pymes; fomentar el autoempleo para el colectivo de autónomos; y apoyar la inversión empresarial de pequeñas y medianas empresas.

Cajamar apuesta por el desarrollo de las zonas rurales, impulsando todas aquellas iniciativas empresariales cuyo fin sea potenciar y mejorar los servicios e infraestructuras de los pueblos y comarcas. Por esta razón, ofrece productos y servicios financieros a los emprendedores rurales, que les permitan hacer realidad su proyecto con las máximas facilidades. Asimismo, existe un compromiso especial con el mundo agroalimentario para ofrecer soluciones de valor adaptadas a las explotaciones agrícolas y ganaderas. A lo largo de los últimos años la *División de Negocio Agroalimentario* ha sido muy activa en la firma de convenios de colaboración con diferentes asociaciones y empresas pertenecientes al sector agroalimentario y al desarrollo rural, lo que denota la apuesta por este sector y el apoyo a todas aquellas iniciativas que fomentan el asociacionismo y la cooperación.

El programa de microcréditos es un claro ejemplo del compromiso financiero por el desarrollo local y por facilitar acceso a los servicios financieros en condiciones de igualdad para cualquier emprendedor. La *Fundación Cajamar* ha sido elegida por el Banco Mundial para asesorar una entidad gestora de microcréditos de El Salvador. El objetivo de este proyecto es apoyar y acompañar a una institución microfinanciera, en su proceso de crecimiento y cumplimiento de la normativa bancaria internacional.

Por otro lado, ante la responsabilidad de propiciar un desarrollo social y económico sostenible, la entidad se ha adherido prácticamente a la totalidad de convenios propuestos por las distintas instituciones y organizaciones de ámbito estatal y autonómico, tanto públicas como privadas, en favor del tejido empresarial y la promoción económica, como las líneas ICO o los convenios con las comunidades autónomas y con sociedades de garantía recíproca, entre otros.

* ***Caja Laboral Popular***

Caja Laboral, segunda cooperativa de crédito del país, nació en el País Vasco en un grupo empresarial marcado por un fuerte compromiso de servicio a la sociedad, cuya misión se centra en la creación de trabajo asociado y participativo de carácter cooperativo, como vía esencial para la creación de riqueza y bienestar, tanto entre sus partícipes sociales directos como en la propia sociedad en la que está inmerso.

Desde el año 2005, se viene elaborando en Caja Laboral la “*Memoria de Responsabilidad Social Empresarial*”, que sigue los criterios GRI. La entidad utiliza el término “Responsabilidad Social Empresarial”, en lugar de “Responsabilidad Social Corporativa”, y su definición se basa en que es una empresa de economía social. Una característica particular es su concepción como instrumento al servicio del conjunto del grupo Mondragón. La dimensión del conglomerado cooperativo vasco y su elevado número de socios crea una clara y amplia base social para la entidad.

Por su naturaleza jurídica y por su vocación fundacional cooperativa, la entidad orienta una parte significativa de sus aportaciones solidarias a la promoción del mundo cooperativo.

La *Fundación Gaztempresa*, que forma parte de la entidad, tiene como finalidad apoyar iniciativas y desarrollar acciones que faciliten la creación de empleo y su conservación, a través de programas y servicios que aporten valor al desarrollo empresarial y profesional de sus usuarios, así como a sus entidades aliadas y al conjunto de la sociedad. Son destinatarios de la fundación personas emprendedoras, principalmente jóvenes; microempresas jóvenes con proyectos de desarrollo; entidades formativas que quieran fomentar el espíritu emprendedor entre su alumnado; y colectivos con dificultades de inserción laboral y social.

Sus líneas de actuación son la creación de empresas, mediante la promoción del desarrollo de iniciativas empresariales entre personas que tengan una idea de negocio y quieran autoemplearse; la consolidación empresarial, apoyando al empresariado para facilitar su afianzamiento en el mercado, a través de talleres y seminarios, consultoría especializada y la disposición de una red social; y el fomento de la cultura emprendedora, apoyando a universidades y centros de formación profesional que quieran fomentar el espíritu emprendedor y los proyecto innovadores entre su alumnado, mediante soporte económico y actuaciones específicas, así como a personas desempleadas que no conozcan el autoempleo como alternativa laboral.

El apoyo integral a las personas emprendedoras tiene como objetivo mediar para promover e incentivar la creación de empresas, ofreciendo respuestas a la demanda general de orientación, formación y asistencia técnica tanto para la puesta en marcha, como para la consolidación y supervivencia de las empresas creadas.

* ***Ipar Kutxa***

Ipar Kutxa, ocupa el décimo puesto en el ranking de las cooperativas de crédito españolas, aunque actualmente, se encuentra inmersa en un proceso de integración junto con Caja Laboral. La cooperativa resultante ostentaría el segundo lugar en volumen del sector, por detrás del Grupo de Cajas Rurales Unidas, eso sí, incrementando notablemente la distancia sobre las siguientes.

La entidad elabora la memoria social “*La responsabilidad social de Ipar Kutxa*”, por medio de la cual transmite su compromiso social y las acciones desarrolladas en materia de RSC. En Ipar Kutxa tienen un especial compromiso con el sector agroalimentario, contribuyendo activamente a la promoción de múltiples actividades agroalimentarias, entre las que se pueden señalar: los acuerdos alcanzados con el centro de gestión LORRA, que da cobertura a la práctica totalidad del sector primario de Bizkaia; los convenios firmados con la Federación de Cooperativas Agrarias de Euskadi, a quien se presta un especial apoyo en la importante y productiva actividad que lleva a cabo; y la subvención de los gastos jurídicos a las cooperativas.

* ***Nueva Caja Rural de Aragón (Bantierra)***

En septiembre de 2011 se crea Nueva Caja de Aragón (Bantierra) a partir de la fusión entre Caja Rural de Aragón (Cajalón) y Caja Rural Aragonesa y de los Pirineos (Multicaja). La entidad resultante ocupa el quinto puesto por volumen de activos entre las cooperativas de crédito españolas. La RSC en Bantierra se apoya en tres valores básicos: la honestidad, que genera la confianza de clientes y socios, el diálogo, como base de la sinceridad en las relaciones con los grupos de interés, y la transparencia, como base de la ética que caracteriza la realidad de la entidad.

Fruto de la integración entre Cajalón y Multicaja, no existe todavía una memoria donde se establezcan compromisos a futuro, si bien, cada entidad ha estado trabajando desde hace años en materia de sostenibilidad, emitiendo por separado sus correspondientes “*Memorias de Responsabilidad Social Corporativa*” bajo los criterios GRI. Bantierra hereda la vocación socialmente responsable de ambas entidades, dentro del compromiso de mantener un diálogo abierto con los diferentes grupos de interés, para mejorar las relaciones con cada uno de ellos.

Cajalón ha firmado convenios de colaboración con colectivos de autónomos, que han facilitado una completa gama de productosy servicios en condicionespreferentes. La entidad lidera la tramitación y concesión de microcréditos para autónomos, dentro del convenio firmado entre el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros, Avalia y las cuatro entidades financieras aragonesas con presencia en la capital de las Cinco Villas.

Por otra parte, dispone de una herramienta especializada para trabajar desde la perspectiva financiera en el medio rural, *Gesjalon*, fruto de una acción empresarialmente responsable porque pretende un acompañamiento integral de la actividad de los empresarios del medio rural aragonés y riojano. El objetivo es ofrecer las mejores soluciones agro-financieras a la medida de cada cliente. Se trata de un departamento que presta un servicio integral y específico al sector agroalimentario y a la pequeña y mediana empresa, en materia de política agraria comunitaria, política de seguros agrarios, ayudas estructurales, préstamos oficiales y de convenio, líneas de mediación, inversión en innovación… En cuanto al apartado de asesoramiento y servicio técnico especializado, el departamento está segmentado en tres áreas de negocio: *área agro*, en la que se definen dos líneas fundamentales, política nacional de contrataciónde “Agroseguro” y Política Agraria Comunitaria; *área pyme*, que desarrolla servicios de gestión y asesoramientoa los nuevos emprendedores así como a empresas ya existentes en desarrollosfinancieros, societarios, subvenciones…; *área fiscal*, en la que se desarrolla la cobertura a la red de oficinas en las tareasde contenido fiscal que afectan al negocio.

MultiCaja, por su parte, confía en la capacidad emprendedora de sus clientes y por ello forma parte de sus proyectos y de su andadura personal y profesional. La caja apoya el fomento empresarial y económico, participando en diversos actos: evento empresarial Update 2009, jornada de emprendedores Colegio Mayor Miraflores (2009), patrocinio del premio “empresa joven familiarmente responsable” 2009 y 2010, congreso Cooperativas Alimentarias (2010).

* ***Caja Rural de Granada***

Caja Rural de Granada, sexta cooperativa de crédito por volumen,emite anualmente su “*Informe de Responsabilidad Social*” siguiendo las líneas de GRI. En la entidad se viene aplicando desde hace años un código éticoque tiene como objetivo que las relaciones entre trabajadores y con clientes y proveedores se basen en el respeto mutuo y el buen hacer profesional.

En los últimos años *Urban* se ha consolidado como la marca diseñada para los jóvenes emprendedores de entre 16 y 30 años, ya que ofrece un servicio de asesoramiento y facilita la financiación para la puesta en marcha de la empresa en condiciones especiales.

Por otro lado, Caja Rural de Granada ha firmado con la Junta de Andalucía el convenio *Junta Andalucía año 2010-2013 - Línea Pymes*, que pone a disposición de los socios-clientes, una financiación preferencial con recursos propios de la caja y con subvención de interés por la Junta de Andalucía destinada a las pymes, dada la importancia que las mismas suponen en el tejido productivo de la comunidad y de la provincia. Con ello se pretende facilitar financiación externa a las empresas mediante la reducción de sus costes financieros para proyectos de creación de empresas (proyectos de innovación, proyectos de empresas de base tecnológica, proyectos de empresas que articulen el tejido productivo local, proyectos de emprendedores, nuevas empresas); modernización de empresas (proyectos de innovación, proyectos de empresas de base tecnológica, proyectos de empresas que articulen el tejido productivo local, provisión de espacios productivos, del conocimiento y del servicio a las empresas, proyectos que incorporen tecnologías de la información y de la comunicación y proyectos que incorporen servicios avanzados); cooperación competitiva de las empresas (proyectos para generar productos, procesos o servicios innovadores, proyectos para la mejora de la posición competitiva, proyectos de cooperación en red); e I+D+I (proyectos para la generación de nuevo conocimiento, proyectos de aplicación del conocimiento existente, proyectos de innovación tecnológica, estudios de viabilidad técnica previos a los proyectos).

La caja también ha firmado un convenio con la Conserjería de Agricultura y Pesca (C.A.P.) para la instrumentalización de préstamos subvencionados para la mejora y modernización de las estructuras de producción de las explotaciones agrarias en el marco del programa de desarrollo rural de Andalucía 2007-2013. Este convenio pretende establecer la forma y condiciones necesarias para impulsar las actividades e inversiones agrarias, dar un mejor servicio a los beneficiarios de estas ayudas y establecer los mecanismos que permitan poner a disposición de los interesados una eficaz gestión de las ayudas. Entre las medidas de ayuda se encuentra la bonificación de intereses o la subvención para la minoración de anualidades de los préstamos. La finalidad de los préstamos es financiar total o parcialmente las inversiones aprobadas por la C.A.P. para las siguientes finalidades: ayudas para gastos e inversiones de primera instalación de jóvenes agricultores, entre ellas, adquisición de tierras o arrendamientos e instalaciones de modernización de las explotaciones; y ayudas a inversiones dirigidas a la modernización de las explotaciones agrarias, entre ellas, mejora de las prácticas agrarias, mejora cualitativa y ordenación de producciones en función de las necesidades del mercado, adaptación de las explotaciones con vistas a reducir los costes de producción, mejora de las condiciones de higiene de las exportaciones ganaderas, y compra de maquinaria nueva para garantizar la viabilidad.

La *Fundación Caja Rural de Granada*, por su parte, destina alrededor de la quinta parte de su presupuesto a cuatro vías de fomento de la economía social: subvenciones para el apoyo al empleo, subvenciones para asesoramiento de cooperativas, ayudas para asistencia a certámenes y ferias, y formación de becarios, principalmente en la gerencia de cooperativas y sistema financiero. Durante 2010 se han beneficiado de estas ayudas la *Asociación de Cooperativas de Granada* (Faeca) o la *Asociación de Jóvenes Agricultores* (ASAJA), entre otras. Las ayudas a las cooperativas han abarcado una serie de actividades relacionadas con la formación de sus socios, bien para cursos de manejo de maquinaria, viajes a ferias de maquinaria agrícola, cursos de informática e incluso la organización de actividades culturales y deportivas.

* ***Caja Rural de Burgos***

Caja Rural de Burgos difunde su “*Memoria del Fondo de Educación y Promoción*”. El compromiso con su entorno, se manifiesta en muchas de sus actividades, pero sin duda una de las más importantes, porque además es una de las líneas estratégicas de la entidad, es el apoyo al tejido empresarial.

En la permanente preocupación por aportar estímulos a la iniciativa empresarial y especialmente entre los jóvenes, se plasmó el acuerdo con la *Asociación de Jóvenes Empresarios de Burgos* para llevar la formación al ámbito rural.

La entidad ha convocado una *Mesa de Actualidad Empresarial*, con el objetivo de facilitar a los empresarios un foro de debate y una plataforma de intercambio de experiencias.

Caja Rural conoce el enorme esfuerzo que las cooperativas, las pymes, las explotaciones y los autónomos en general están realizando para mantener la actividad económica. Así, ha suscrito numerosos convenios que permiten facilitar la dura situación de la clase empresarial durante la crisis. Entre ellos cabe destacar el firmado con las *S.G.R Iberaval* en Rioja y Castilla y León y con *SOGARCA* en Cantabria.

Para impulsar el desarrollo local, la entidad está vinculada con *Algasa*, asociación sin ánimo de lucro cuyo objetivo es contribuir al desarrollo económico y social.

Atendiendo a la mejora de las condiciones profesionales de donde están implantados, es relevante el apoyo del FEP a la asociación de comerciantes *Mercado de la Esperanza* de Santander, cuyo objetivo pasa por profundizar en el fomento, apoyo y promoción de la actividad empresarial de los miembros de este colectivo comercial, así como su desarrollo profesional, y que se suma a la *Asociación CASCO VIEJO*. El mismo reto se persigue con el apoyo a la *Asociación Comarcal del Comercio y la Industria de La Rioja* (ACCIRA). La caja asume con los comerciantes de este entorno el compromiso de ser motor de sostenibilidad y desarrollo al firmar un acuerdo para estimular el pequeño comercio.

Siguiendo este criterio, la entidad ha reforzado sus lazos con la asociación de gasolineras *ADESBUR*, renovando un convenio que atiende al desarrollo profesional de sus asociados y a la mejora de las instalaciones de las estaciones de servicio, de cara a la preservación y cuidado del medioambiente.

De cara a favorecer la producción local y a sus agentes, se une al organismo *Indicación Geográfica Protegida del lechazo de Castilla y León*, en un convenio cuyo objetivo pasa por prestar un servicio especial a sus socios en la búsqueda de soluciones comercials, financieras, organizativas y promocionals, para hacerlos más competitivos.

En su ámbito territorial, también se comprometió a la difusión e implantación de acciones dirigidas a promover la mejora de las condiciones de financiación del sector agrario a través de un convenio con el Ministerio de Medio Ambiente.

* ***Caixa Popular-Caixa Rural***

Caixa Popular es una cooperativa de trabajo asociado comprometida con la sociedad valenciana. La entidad transmite sus políticas de RSC mediante la publicación de su “*Memoria de datos sociales*”.

Desde la caja se colabora estrechamente con diversas estructuras cooperativas de ámbito autonómico y estatal, como FEVECTA (Federación Valenciana de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado), la Federación de Cooperativas de Crédito de la Comunidad Valenciana, la UNACC o la Asociación Española de Cajas Rurales para fortalecer y consolidar la presencia cooperativa en el mundo económico, social y cultural.

Otra estructura intercooperativa apoyada por la entidad junto con FEVECTA y las cajas rurales de Almassora y La Vall “San Isidro” era la cooperativa de segundo grado DESCOOP, para la puesta en marcha y consolidación de nuevos proyectos cooperativos en la Comunidad Valenciana, así como el lanzamiento de nuevas líneas de negocio por parte de cooperativas ya existentes.

En el marco de la celebración del *Día de la Persona Emprendedora*, Caixa Popular y FEVECTA otorgaron el premio a la *Empresa Cooperativa Emprendedora* para reconocer el esfuerzo de los emprendedores cooperativos, poniendo en valor y dando a conocer sus proyectos empresariales generadores de ocupación y deriqueza, dentro del ámbito de la economía social. Otra vía por la que muestran su compromiso y el soporte al cooperativismo son los premios a la *Gestión Innovadora para Cooperativas y S.A.L.s.*

La entidad tiene un colectivo de cooperativas asociadas que tienen a su alcance una serie de ayudas y subvenciones.

Por otro lado, la caja pone a disposición de sus clientes la *libreta* y el *depósito solidario*, dos productos de ahorro con tipos de interés especiales, que permiten que al mismo tiempo que se ahorra, se ceda el 50% de los intereses netos a un fondo solidario.  Este fondo se destina a la promoción de proyectos solidarios para la cooperación con el tercer mundo, la lucha contra la exclusión social, la defensa de los derechos de la mujer y la defensa del medio ambiente; y es gestionado por una comisión formada por representantes del grupo de ONGs “En Clau”, del que forman parte CERAI, Fundació Nova Terra, ATELIER, Ingeniería Sin Fronteras, ACSUD, Menuts Del Món, Fundació Nova Feina i AVEI (Associació Valenciana d'Empreses d'Inserció), y por Caixa Popular.

Anualmente, Caixa Popular concede las *Ayudas al Cooperativismo para el Desarrollo*, con las que se quiere impulsar la creación y ejecución de experiencias cooperativas o consolidar las que ya estén en funcionamiento en países subdesarrollados, en colaboración con ONGs o asociaciones que trabajen en estos países.

1. **CONCLUSIONES**

El concepto de RSC está todavía en construcción y su integración en la gestión empresarial es todavía incipiente, no obstante, algunas cooperativas de crédito españolas, divulgan información acerca de su gestión. De las 74 cooperativas existentes a cierre del ejercicio 2011, sólo 19 entidades difunden sus políticas de RSC mediante un informe social o similar, y 7 de ellas (Cajamar Caja Rural, Caja Laboral Popular, Nueva Caja Rural de Aragón, Caja Rural de Granada, Ipar Kutxa, Caja Rural de Burgos y Caixa Popular-Caixa Rural) mencionan acciones de apoyo al emprendimiento, a la economía social y a la actividad empresarial.

Las cooperativas de crédito, como entidades de carácter social, tienen como objetivo financiar a sus socios o a colectivos profesionales con dificultades de acceso a las fuentes de financiación del mercado.

Tras el análisis realizado se evidencia que, estas entidades se han sumado a iniciativas que incluyen todo tipo de servicios de crédito y ahorro dirigidos a colectivos desfavorecidos que tienen grandes dificultades para acceder a préstamos, créditos, seguros, transferencias de fondos y otros instrumentos financieros necesarios para implantar y consolidar sus proyectos empresariales, entre los que se incluyen los microcréditos. Además, las entidades han firmado convenios con el Instituto de Crédito Oficial al objeto de desarrollar programas de microfinanzas dirigidos al apoyo de iniciativas cuya acción principal es la creación de pequeñas empresas locales. Esto coincide con la tesis de Melián, Sanchis y Soler (2010). En algunos casos son las propias entidades de crédito las que toman la iniciativa de iniciarse en los programas de microfinanzas, por medio de la creación de una fundación dependiente de la entidad, como es el caso de la *Fundación Gaztempresa* de Caja Laboral. Este tipo de iniciativas permite a las entidades aumentar su imagen y prestigio al asumir una determinada RSC, y, además, les supone el aumento de su cuota de mercado al entrar a competir en nuevos segmentos de mercado, al ofrecer financiación a colectivos con una gran capacidad emprendedora. Este resultado se corresponde con Gutiérrez-Nieto (2005b),

Originariamente, las cooperativas de crédito surgieron como instrumentos para financiar al sector agrario, concretamente las inversiones de las cooperativas agrarias. Por ello, como se ha podido comprobar a lo largo de la investigación, todas ellas tienen un fuerte compromiso con este sector y ponen a su disposición un amplio abanico de productos y servicios destinados a financiar la creación de nuevas empresas agroalimentarias o la modernización de explotaciones agrarias, por ejemplo.

Por contra, a pesar de tratarse de entidades de economía social, no se hace mención alguna a herramientas en favor de proyectos de emprendimiento social.

Actualmente, la crisis económica ha disminuido notablemente la concesión de crédito a las empresas, suponiendo además un retroceso en la creación de empresas y del emprendimiento. En este sentido, las cooperativas de crédito, como entidades de economía social, pueden desempeñar un papel positivo en el apoyo al emprendimiento social y a la actividad empresarial, en general.

1. **BIBLIOGRAFÍA**

Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Ed. Harper & Row, New York.

Campbell, J.L. (2007). “Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility”. *Academy of Management Review*, vol.32, nº3, pp.946-967.

Carroll, Archie B. (1979). “The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders”. *Business Horizons*, julio/agosto, pp.39-48.

Carroll, A.B. (1999). “Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct”. *Business and Society*, nº38(3), pp.268-295.

Cochran, P.L.; Wood, R.A. (1984). “Corporate social responsibility and financial performance”. *Academy of Management Journal*, vol.27, nº1, pp.42-56.

Cramer, J.; Jonker, J.; van der Heijden, A. (2004). “Making sense of corporate social responsibility”. *Journal of Business Ethics*, nº 55, pp.215-222.

Dees, G. Emerson, J. y Economy, P. (2001):  *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*, John Willey & Sons, INC, New York.

Denzin, N.K.; Lincoln, Y.S. (1993). *Handbook of qualitative research*. Ed. Sage Publications.

De Pablo López, I. (2005). “El emprendizaje social: motor de desarrollo y cohesión social”. *V Seminario sobre creación de empresas y entorno*. Universidad Autónoma de Madrid.

Garriga, E.; Melé, D. (2004). “Corporate social responsibility theories: Mapping the territory”. *Journal of Business Ethics*, nº53, pp.51-71.

Gray, R., Owen, D., Adams, C. (1996). *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. PrenticeHall Europe, Londres, Inglaterra.

Gutiérrez Nieto, B. (2005b): *La financiación socialmente responsable: el microcrédito en España*, Editorial Thomson-Civitas, Instituto de Crédito Oficial. Madrid.

Illia, L.; Rodríguez-Cánovas, B.; González del Valle, A.; Romenti, S. (2010). “La comunicación de la RSC entre las 250 principales empresas europeas”. *Cuadernos de información*, nº27, pp.85-96.

Knox, S.; Maklan, S.; French, P. (2005). “Corporate social responsibility: Exploring stakeholder relationships and programme reporting across leading FTSE companies”. *Journal of Business Ethics,* nº61, pp.7-28.

Matten, D.; Crane, A. (2003). “Corporate citizenship: Towards an extended theoretical conceptualization”. *Academy of Management Review*, vol.30, nº1, pp.166-179.

Matten, D.; Moon, J. (2005). “Corporate social responsibility education in Europe”. *Journal of Business Ethics*, nº54, pp.323-337.

Melé, D. (2004). “*Corporate social responsibility in Spain: An overview”*. Working paper del IESE Business School – Universidad de Navarra, nº543.

Mitchell, R.K.; Agle, B.R.; Wood, D.J. (1997). “Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts”. *Academy of Management Review*, nº22 (4), pp.853-886.

Parsons, T. (1961). “An outline of the social system”, en Parsons, Talcott.; Shils, Edward; Naegle, Kaspar D y Pitts, Jesse R. (eds.), *Theories of Society*. Ed. Free Press, New York.

Porter, M.E.; Kramer, M.R. (2006). “Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility”. *Harvard Business Review*, nº84 (12), pp.78-92.

Sanchis Palacio, J.R.; Melián, A. (2011): “Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral”. Working Paper. ONGAWA.

Shane, S.; Venkataraman, S. (2000): “The promise of entrepreneurship as a field of research”. Academic of management Review, Vol. 25, No. 1, pp. 217-226

Schumpeter, J.A. (1934): The Theory of economics Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. Oxford University Press: New york.

Timmons, J. 1994): New Venture Creation: entrepreneurship for the 21st century. Irwin, Chicago.

Van Marrewijk, M. (2003). “Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion”. *Journal of Business Ethics*, nº44, pp.95-105.

Weber, M. (2008). “The Business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR”. *European Management Journal*, nº26, pp.247-261.

Wempe, J.; Kaptein, M. (2002). *The balanced company. A theory of corporate integrity*. Ed. Oxford University Press.

Yin, R.K. (1989). *Case study research, design and methods*. Ed. Sage Publications.