

Cooperativismo y Responsabilidad Social de la Empresa

VEINTE CASOS DE COOPERATIVAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

José Luis Monzón Campos · Isidro Antuñano Maruri



DIRECCIÓN GENERAL DE LA
ECONOMÍA SOCIAL DEL
TRABAJO AUTÓNOMO Y DE
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
DE LAS EMPRESAS



COOPERATIVISMO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

**Veinte casos de cooperativas
socialmente responsables**

José Luis Monzón Campos
Catedrático de Economía Aplicada
(Universidad de Valencia)

Isidro Antuñano Maruri
Profesor Titular de Economía Aplicada
(Universidad de Valencia)

CIRIEC-ESPAÑA

Valencia, 2012

Edita

© CIRIEC-España, Centro Internacional de Investigación e
Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa
Avda. Los Naranjos. Facultad de Economía. 46022 Valencia.
Tel.: 96/356.22.48 - Fax: 96/382.84.92
ciriec@uv.es
www.ciriec.es

Maquetación

Sergio Rubio

Portada

Visualco
Barón de Cárcer, 48-3L. 46001 Valencia. Tel. 96 394 16 92

ISBN

978-84-95003-97-3
84-95003-97-X

Depósito Legal

V-549-2013

Impreso en España - Printed in Spain

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN	7
2. CASOS DE ESTUDIO	
2.1 Abacus	15
2.2 Acorex	25
2.3 Alimer	35
2.4 Anecoop	45
2.5 Caja Laboral	55
2.6 Cajamar	65
2.7 Consum.	75
2.8 Coopinte	85
2.9 Eduvic	95
2.10 Enercoop	105
2.11 Eroski	115
2.12 Fagor	125
2.13 Feiraco	135
2.14 Florida	145
2.15 Gredos San Diego	155
2.16 Kairós	165
2.17 Kooperera	175
2.18 La Fageda	185
2.19 Nafarco	195
2.20 San Crispín	205
3. CONCLUSIONES	215

1. PRESENTACIÓN

Las cooperativas españolas muestran desde hace años un elevado interés por establecer políticas explícitas de responsabilidad social de la empresa (RSE) situadas en el corazón mismo de su misión y de sus valores, así como por desarrollar tales políticas mediante actuaciones concretas, y comunicarlas a sus grupos de interés y la sociedad en su conjunto mediante memorias o informes de RSE accesibles y bien estructurados.

En el presente estudio se lleva a cabo un análisis de las políticas, actuaciones y memorias de RSE de un grupo de veinte cooperativas que destacan en este campo por razones muy diversas, pero que tienen en común la calidad de sus políticas de RSE (véase Cuadros 1 y 2). Las entidades forman parte de un conjunto previo más amplio de cooperativas preseleccionadas por CIRIEC-España, y para la configuración final de la muestra se ha consultado a los servicios de documentación y al Consejo de Dirección del CIRIEC-España, así como también la opinión de instituciones y personalidades relevantes del sector del cooperativismo.

Se ha procurado mantener en la composición de la muestra unos criterios de selección no excesivamente alejados de la rica diversidad real que el mundo cooperativo presenta en España. En particular, se ha pretendido conseguir un equilibrio razonable entre las Comunidades Autónomas en las que se encuentra situada la sede de cada cooperativa, la antigüedad en su creación, los distintos tipos de cooperativas en lo referido a su naturaleza jurídica, los sectores de actividad en que actúan, y el volumen asociativo de las mismas. Y ello aún a sabiendas de que determinados criterios (el de la sede, por ejemplo) no siempre son representativos de la influencia geográfica, sectorial o social real de una cooperativa.

Cuadro 1.
Cooperativas de la muestra: localización geográfica de sus sedes, y año de creación de las cooperativas

Cooperativa	Com. Autónoma	Municipio (Provincia)	Año
Abacus	Cataluña	Barcelona (Barcelona)	1968
Acorex	Extremadura	Mérida (Badajoz)	1985
Alimer	Murcia	Lorca (Murcia)	2006
Anecoop	Com. Valenciana	Valencia (Valencia)	1975
Caja Laboral	C.A. País Vasco	Mondragón (Guipúzcoa)	1959
Cajamar	Andalucía	Almería (Almería)	2000
Consum	Com. Valenciana	Silla (Valencia)	1975
Coopinte	Andalucía	Bonares (Huelva)	1999
Eduvic	Cataluña	Hospitalet del Ll. (Barcelona)	1994
Enercoop	Com. Valenciana	Crevillent (Alicante)	1925
Eroski	C.A. País Vasco	Elorrio (Vizcaya)	1969
Fagor	C.A. País Vasco	Mondragón (Guipúzcoa)	1956
Feiraco	Galicia	Ames (La Coruña)	1968
Florida	Com. Valenciana	Catarroja (Valencia)	1977
Gredos San Diego	Madrid	Madrid (Madrid)	1985
Kairós	Aragón	Zaragoza (Zaragoza)	2001
Koopera	C.A. País Vasco	Bilbao (Vizcaya)	2008
La Fageda	Cataluña	Santa Pau (Girona)	1982
Nafarco	Navarra	Noáin (Navarra)	1959
San Crispín	Islas Baleares	Alaior (Menorca)	1953

Fuente: elaboración propia.

Por Comunidades Autónomas, la muestra presenta cuatro cooperativas del País Vasco y de la Comunidad Valenciana, respectivamente; tres cooperativas de Cataluña, dos de Andalucía, y una en el resto de las regiones consideradas (Aragón, Extremadura, Galicia, Islas Baleares, Madrid, Murcia, y Navarra).

Dado el reducido tamaño de la muestra, conseguir cubrir mediante este criterio geográfico a once comunidades de las diecisiete españolas resulta más que aceptable teniendo en cuenta el mayor peso del cooperativismo en las regiones más representadas, aunque ello no supone en modo alguno una minusvaloración del cooperativismo en las restantes autonomías ni en sus actividades en materia de responsabilidad social de la empresa.

Las provincias representadas en la muestra ascienden a quince, con las lógicas repeticiones en las de mayor tradición cooperativista, como Barcelona, Guipúzcoa, Valencia y Vizcaya, y con representación individual en los casos de Alicante, Almería, Badajoz, Coruña, Girona, Huelva, Islas Baleares, Madrid, Murcia, Navarra y Zaragoza.

Las cooperativas consideradas han sido creadas en distintos momentos del tiempo. Se cuenta en la muestra con una cooperativa de fundación anterior a los años treinta (aunque en otros casos sucediera así también en alguno de los precedentes de entidades que adquirieron su forma actual con posterioridad). Se cuenta por lo general con tres casos de cooperativas para cada una de los períodos correspondientes a los años cincuenta y sus décadas siguientes, incluyendo cuatro casos de entidades que nacieron a partir del año 2.000, incluido.

Por tipos de cooperativas, la figura mayoritaria en la muestra es la de trabajo asociado, con ocho casos, seguida por la de cooperativa de consumo, con seis, y las modalidades intercooperativas de segundo grado y de integración social, consideradas de manera conjunta con tres casos en total. Asimismo, se encuentran tres casos de cooperativas de iniciativa social sin fines de lucro, dos casos de cooperativas de producción, otros dos de cooperativas de crédito, y una cooperativa de comercialización. En los casos de cooperativas mixtas, para el cómputo anterior se han tenido en cuenta por separado los distintos componentes que las integran.

Considerando el sector económico al que mayoritariamente pertenecen las cooperativas de la muestra, se ha incluido cinco entidades del sector agro-

Cuadro 2.
Cooperativas de la muestra, por tipos, sectores, y socios/as

Cooperativa	Tipología	Sector	Socios/as de consumo o producción	Socios/as de trabajo o socios trabajadores
Abacus	Consumo, con socios de trabajo	Comercio	727.000	477
Acorex	Segundo grado	Agroalimentario	42 cooperativas	-
Alimer	Producción	Agroalimentario	1.393	-
Anecoop	Segundo grado	Agroalimentario	79 cooperativas	-
Caja Laboral	Crédito, y trabajo asociado	Financiero	-	1.825
Cajamar	Crédito	Financiero	1.200.000	-
Consum	Consumo y trabajo	Comercio	1.695.669	8.955
Coopinte	Cooperativa de integración social	Servicios	2.000	-
Eduvic	Trabajo asociado, sin ánimo de lucro	Iniciativa social	-	42
Enercoop	Consumo	Energía	13.970	-
Eroski	Consumo y trabajo asociado	Comercio	431.700	14.065
Fagor	Trabajo asociado	Industria	-	2.219
Feiraco	Producción	Agroalimentario	3.460	-
Florida	Trabajo asociado	Enseñanza	-	-
Gredos San Diego	Trabajo asociado	Enseñanza	-	992
Kairós	Trabajo asociado	Iniciativa social	-	20
Koopera	Segundo grado	Iniciativa social	-	118 (Red)
La Fageda	Trabajo asociado, y consumo	Agroalimentario	221 (incluido trabajo asociado)	-
Nafarco	Comercialización	Farmacéutico	390 farmacias	-
San Crispín	Consumo	Comercio	3.269	-

Fuente: Elaboración propia.

alimentario, cuatro del comercio, y tres de iniciativa social sin fines de lucro. Les siguen, con dos casos cada uno, los sectores de industria y energía, enseñanza, y financiación; y con un caso el sector farmacéutico y el de servicios en general.

La dimensión asociativa de las entidades de la muestra se mide por el número de personas físicas o jurídicas que componen su base social de consumo o producción, y por el número de sus trabajadores socios, según proceda. Se consideran así varios casos de entidades de enorme dimensión asociativa, pero también varios casos de cooperativas de carácter local, con una base social y laboral mucho más reducida.

Para abordar el análisis de la responsabilidad social de la empresa (o su responsabilidad social corporativa, RSC, como prefieren denominarla algunas cooperativas), se ha seguido un esquema unificado por el cual se presenta en primer lugar brevemente cada entidad en una introducción al caso, seguida a continuación por una síntesis de su modelo de actividad. Una vez situado el lector ante el caso de que se trata, su análisis tiene en cuenta aspectos como la política general de RSE de la entidad y su inserción en la misión y valores de la misma; las características de las Memorias o Informes de RSE/RSC emitidos; y los rasgos más sobresalientes de sus actividades responsables respecto de sus principales grupos de interés y del medio ambiente. Tras ello, se comentan los indicadores disponibles acerca del impacto social de la cooperativa, incluidos los premios o reconocimientos más relevantes acerca de la RSE de cada entidad; y se concluye resumiendo brevemente algunos de los aspectos más destacados o novedosos en la RSE de cada cooperativa.

Para llevar a cabo la tarea anterior, se ha contado con las fuentes externas habituales (páginas web de cada cooperativa, Memorias, Informes, presentaciones en congresos, artículos y libros científicos relevantes, etc.), según los casos. Además, CIRIEC España se dirigió a las cooperativas de la muestra solicitando su colaboración y remitiéndoles con posterioridad un borrador, por lo que agradecemos la documentación enviada y las observaciones remitidas a los citados borradores. Al final de cada capítulo se enumeran las fuentes más relevantes utilizadas en cada caso, y se presenta además una ficha básica de la cooperativa analizada, que sintetiza de manera rápida algunas de sus características más destacadas

2. CASOS DE ESTUDIO

2.1 Abacus



1. Introducción

Abacus cooperativa nace en 1968 como cooperativa de consumidores, vinculada a lo que después se denominó movimiento de renovación pedagógica, con el objetivo de proveerse de material educativo en las mejores condiciones de información, calidad y precio.

En 1986 los trabajadores adquieren la condición de socios de trabajo, y Abacus se convierte en una cooperativa de consumidores con socios de trabajo. La misión de la cooperativa es ser un referente en la distribución de productos y servicios culturales y educativos para el entorno escolar, familiar y de la sociedad en general.

Abacus cooperativa es una cooperativa especializada en educación y cultura que en la actualidad es conocida como la primera organización de consumidores de Cataluña. La entidad establece como su misión la de garantizar la satisfacción de sus socios y socias clientes, ofreciéndoles una selección de productos y servicios para la cultura y la educación. La dinamización cultural, la responsabilidad social, la innovación y el liderazgo forman el núcleo de su identidad social.

La cooperativa pretende desarrollar un modelo basado en el liderazgo, la innovación y la responsabilidad social mediante actividades en diferentes ámbitos, como por ejemplo la búsqueda de mejoras en logística comercial, la innovación en la participación y el bienestar de los socios y socias de

trabajo con iniciativas como el programa Concilia y la promoción de canales internos para fomentar la participación, y la formulación de propuestas culturales y educativas que acerquen la cooperativa a los ciudadanos creando colecciones propias de literatura o promoviendo los Premios Abacus.

La entidad englobaba en 2011 un total de 727.000 socios/a de consumo, además de 118.000 de beneficiarios no asociados. Más de cuatro mil centros escolares utilizan los servicios de la empresa, que facturaba en ese ejercicio un total de 94,6 millones de euros, y daba empleo a un total de 682 trabajadoras y trabajadores, de los cuales 477 eran socios/socias de trabajo de la cooperativa.

2. Modelo de actividad

La cooperativa Abacus es la empresa líder en Catalunya en lo relativo a la distribución de libros, en particular de literatura infantil y de libros de texto. Destaca, además, como el distribuidor de referencia en productos y servicios educativos; y aporta a sus usuarios distintos tipos de innovación tecnológica, como la puesta en marcha de su plataforma Docus, una plataforma virtual de aprendizaje basada en Moodle que utilizan ya unas 40 escuelas, o la venta de más de 10.000 títulos electrónicos en la tienda virtual de Abacus.

La cooperativa dispone en 2012 de 37 establecimientos comerciales, distribuidos sobre todo en Barcelona y su provincia, pero también en Gerona, Lérida y Tarragona, así como en Castellón y Valencia en la Comunidad Valenciana; disponiendo en total de más de 24.000 m² de ventas. Siete de sus establecimientos se encuentran localizados en distintas Universidades catalanas.

El modelo comercial de Abacus ha mostrado ser rentable económica y socialmente. Ha generado en 2011, según datos de la entidad, 6 millones de euros de retorno cooperativo, y presenta una destacada solidez financiera, con 26 millones de euros de fondos propios a finales de ese año. A la vez, la cooperativa actúa teniendo en cuenta en su funcionamiento la necesaria atención a la responsabilidad social de la empresa, vertiente respecto de la cual baste destacar por el momento la existencia en sus tiendas de 91 referencias de productos de comercio justo.

La entidad se muestra orgullosa de practicar sistemáticamente procesos de intercooperación con distintas entidades del territorio en que opera, con el fin de fomentar nuevas colaboraciones y emprender nuevos proyectos en los ámbitos de la cultura, la educación y el cooperativismo. Entre las relaciones de este tipo destacan las establecidas con las principales asociaciones de su sector, como son la Federación de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Cataluña, FCCUC, y la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios Hispacoop.

Las relaciones empresariales más estrechas de Abacus tienen lugar con el grupo CLADE (principal grupo cooperativista catalán), con La Jordi Capell, una cooperativa vinculada al Colegio de Arquitectos; y con Arç, un proyecto cooperativo especializado en ofrecer seguros al sector de la Economía Social y Solidaria y las energías renovables, y en promover el consumo responsable de servicios personales.

En cuanto a las principales líneas de futuro que Abacus se plantea actualmente, destacan las de potenciar su oferta en el mundo educativo, extender su actividad a nuevos territorios fuera de Cataluña, y unir en un solo portal virtual los tres tipos de tiendas con los que cuenta, dedicados, respectivamente, a particulares, escuelas y oficinas.

3. La Responsabilidad Social en Abacus

La entidad presenta en sus Memorias de Sostenibilidad un análisis explícito de sus grupos de interés, a los que presenta en forma de círculos concéntricos, encabezados en primer lugar por sus socias y socios, ya sean de consumo o trabajadores de la entidad. En un segundo escalón de grupos de interés se sitúan la comunidad educativa, los clientes y los proveedores; en tanto que un tercer círculo está compuesto por los colaboradores, las empresas cooperativas, las entidades y organizaciones de la sociedad civil, y las administraciones públicas. En el círculo final, de carácter forzosamente más general, se sitúan los distribuidores, y la comunidad local a la que sirve.

La cooperativa presenta sus actuaciones en materia de Responsabilidad Social de la Empresa siguiendo una estructura clásica de tres niveles, económicos, sociales y medioambientales del Global Report International, GRI., desarrollada para el mundo cooperativo por RSE Coop.

Comenzando por la sostenibilidad de Abacus en materia económica, destaca en primer lugar su volumen de facturación (94 millones de euros en 2011) y un resultado del ejercicio de 277,5 miles de euros. El patrimonio neto de la entidad asciende a 16 millones de euros. La cooperativa desarrolla su actividad de forma mayoritaria en Cataluña, donde lleva a cabo en el ejercicio de 2011 un 65,5% de la misma; un 31% tiene lugar con el resto de España, y un 3,5% con el extranjero. Estos porcentajes muestran una clara estabilidad en los últimos años.

Por otro lado, Abacus poseía en 2011 diversas participaciones en diferentes empresas de su sector, como son los casos de TR3SC, un club de lectura que ofrece información cultural y descuentos; El Ruc Savi, S.L., que distribuye libros, papelería y artes gráficas; Linedus SL, una empresa que presta servicios de soporte a los centros escolares catalanes.

En lo relativo a la dimensión social de la responsabilidad empresarial de Abacus, destaca el aumento de socios/socias de trabajo de la cooperativa, que pasan de 467 en 2009 a 477 en 2011, mostrando claramente que el modelo comercial de la entidad está siendo capaz de retener y aún aumentar su empleo incluso en una coyuntura tan difícil como la actual. Su plantilla está compuesta mayoritariamente por mujeres (casi el 70% del total), con una mayoría de personas jóvenes (más de un 67% se sitúa en el tramo de edad de 26 a 45 años), y con una vinculación relativamente continuada a la cooperativa (un 43% de la plantilla presenta entre seis y quince años de antigüedad en ella).

La flexibilidad horaria, la existencia de jornada continua en tiendas y de turnos intensivos en almacenes, la realización del 100% de la formación de sus trabajadores dentro de la jornada laboral, o el disfrute de sábados alternos libres, son algunas de las medidas más destacadas de conciliación que la cooperativa ofrece a su plantilla. Además, la entidad se esfuerza por desarrollar cada vez más una cultura participativa y reforzar los mecanismos de democracia interna y externa como son las asambleas preparatorias para socios de consumo y las de socios de trabajo, el Consejo de consumidores, el Consejo Social o la participación voluntaria en el capital social y en las actividades programadas.

Respecto de la dimensión medioambiental, la entidad se atiene a los objetivos de minimización de residuos y de ahorro energético, así como a la incorporación de principios de sostenibilidad en los criterios de selección

de productos y en el funcionamiento de sus establecimientos y centros de trabajo.

En concreto, Abacus presenta anualmente en su Memoria de Sostenibilidad datos acerca de su consumo de papel, de la gestión de sus residuos (papel, plástico y metales, destacando la reducción en un 32% respecto de 2010 en la generación de residuos plásticos), y de sus emisiones de CO₂, que en 2011 presentan un descenso del 3,6% respecto de las del año precedente.

Como acciones más destacadas del ejercicio, la Memoria de Sostenibilidad de 2011 destaca las siguientes acciones concretas de la cooperativa en el ámbito medioambiental: la cubierta fotovoltaica inaugurada en junio de 2011 en su Central Logística de Vilanova del Camí; la participación de Abacus, por segundo año, en la acción mundial de apagado de luces; la información sobre sostenibilidad y medio ambiente que la cooperativa difunde en su revista "Abacus info"; la consecución de una reducción del 25% en el uso de bolsas compostables y reutilizables; o la participación de la cooperativa en la Comisión de Sostenibilidad del Grupo CLADE para el diagnóstico y la implantación de un plan de mejora en el mismo.

En cuanto a la interacción de Abacus con su entorno social cooperativo, cabe ejemplificarla mediante un caso significativo, como es su acuerdo comercial con La Fageda (cooperativa catalana para la inserción laboral de personas con discapacidad intelectual). Esta última entidad ha puesto en marcha el "rincón Abacus" en su tienda del Servicio de Atención a los Visitantes, en Santa Pau (comarca de la Garrocha, en Gerona), población en la que La Fageda tiene su sede social y lleva a cabo sus principales actividades. Por su parte, Abacus ofrece yogures y productos lácteos de La Fageda en un nuevo espacio de frío en su establecimiento de la calle Córcega de Barcelona.

4. Impacto social y reconocimientos

Abacus cooperativa fue una de las cooperativas catalanas pioneras que formaron parte del desarrollo del proyecto RSE COOP, encabezado por la Federación Catalana de Cooperativas y con financiación de la Fondo Social Europeo, en el marco de la Iniciativa Comunitaria EQUAL II 2004-2007; un proyecto con un importante impacto social por ayudar a sensibilizar al sector sobre el alcance de la responsabilidad social de la empresa.

Profundizando en esta misma dirección, la cooperativa forma parte desde 2011 del Proyecto Transparencia, realizado en colaboración con el Global Report International, y en el que Abacus actúa como mentora de las pequeñas y medianas empresas proveedoras. Este proyecto, subvencionado por el Fondo Social Europeo, tiene por objetivo dotar a las pequeñas y medianas empresas de los recursos e instrumentos adecuados para incorporar la responsabilidad social a su gestión y establecer un nuevo modelo de relaciones entre las grandes empresas y sus proveedores basado en la responsabilidad.

En el apartado de premios y distinciones, reflejo en buena medida del reconocimiento social alcanzado por una empresa, destaca en primer lugar que Abacus recibió en 2008 el Premio a las Buenas Prácticas en Información Financiera, concedido por la Asociación Catalana de Contabilidad y Dirección, ACCID; premio que venía a reconocer la calidad y transparencia de la información financiera del ejercicio 2007, y por lo tanto de uno de los ejes de su responsabilidad social económica.

La cooperativa recibió en 2011 uno de los Premios "Building Communities" (así denominados en referencia a la entidad organizadora de los mismos, creada por dos entidades consultoras de Barcelona), que distinguen a las entidades que destacan en la construcción de comunidades en entornos empresariales. En este caso, Abacus fue premiado por la calidad de su proyecto de desarrollo de las asambleas preparatorias de sus socios y socias de consumo.

En el año 2011, asimismo, Abacus cooperativa fue distinguida por Foment de Terrassa (una empresa del Ayuntamiento de esta localidad catalana) por la gestión responsable de su capital humano, dentro de la categoría de grandes empresas; y ello en el marco de la Tercera Jornada de Responsabilidad Social Empresarial organizada por la entidad concedente del premio.

Ya en el ejercicio de 2012, la cooperativa Abacus ha sido galardonada con el XIII Premi Egarsat SP al Lugar de Trabajo más Seguro y Saludable. Egarsat Sociedad de Prevención es una empresa especializada en este tipo de servicios, que atiende actualmente a unas 5.000 empresas y unos 105.000 trabajadores de muy diversos sectores de actividad. El jurado valoró especialmente para la concesión del premio a Abacus cooperativa su convencimiento de que una buena política en materia de prevención revierte directamente en la implicación y motivación de los trabajadores, puesto de manifiesto

mediante su implantación de encuestas sobre el bienestar de los trabajadores, su Programa Prevencional orientado específicamente a los riesgos de manipulación manual de cargas, y el gran descenso mostrado entre los años 2009 y 2010 en los valores de su siniestralidad, tanto en frecuencia como en gravedad.

Por su parte, la cooperativa concede desde el año 2005 sus propios Premios Abacus, que actualmente van ya por su octava edición. Se trata de unos galardones que reconocen la tarea y la trayectoria de distintas entidades jurídicas y personas físicas que han trabajado por fomentar ideas, proyectos y debates en relación a la educación, la cultura, el cooperativismo y la solidaridad.

5. Conclusiones

Abacus es una cooperativa de consumidores con socios de trabajo, especializada en el sector educativo y cultural, que a lo largo de su existencia se ha constituido en la primera entidad de este tipo en Cataluña. A pesar de las dificultades económicas actuales del país, la entidad mantiene un elevado volumen de actividad, presenta un excedente cooperativo positivo, y mantiene un volumen creciente de empleo en general y de socios de trabajo en particular.

La cooperativa formó parte de sus inicios del proyecto RSE Coop, y actualmente forma parte del Proyecto Transparencia, en colaboración con Global Report International. Dispone de Memorias anuales de sostenibilidad accesibles en su web, que permiten apreciar en especial su alto nivel de intercooperación con otras entidades cooperativas catalanas, su implicación en el entorno social en que lleva a cabo sus actividades, su compromiso con la participación en la cooperativa de sus socios y socias, y su política activa de conciliación de la vida familiar y laboral de sus trabajadores.

REFERENCIAS

- Abacus (2012): *Construyendo cooperativa*. En la dirección electrónica <http://abacus.coop/wp-content/uploads/2012/12/dossier-corporativo.pdf>
- Abacus (2011): *Valors compartits. Memòria de sostenibilitat 2011*. En http://memoriadesostenibilitat2011.abacus.cat/flip_cas/index.html#/4/
- CEPES (2011): *La Economía Social en España, 2010-2011*. En www.cepes.es
- CLADE (2012): *Ficha de Abacus*. En la dirección electrónica http://www.grup-clade.com/ca-es/membres_abacus.aspx?id=membres
- Hispacoop (2012): *Abacus: Diálogos entre la presidencia y la dirección general*. http://www.hispacoop.es/home/index.php?option=com_content&task=view&id=670&Itemid=63
- Monzón Campos, J. L. (Director) (2010): *La Economía Social en España en el año 2008. Ámbito, magnitudes, actividades y tendencias*. CIRIEC España.

FICHA BÁSICA DE LA COOPERATIVA

Denominación	Abacus cooperativa
Tipología	Cooperativa de consumidores con socios de trabajo
Año de creación	1968
Dirección	C/ Perú, 186. Barcelona
Teléfono	932178166
Dirección electrónica	www.abacus.coop
Contacto electrónico	participacio@abacus.coop
Presidente	Narcís Castanyer Bachs
Director General	Miquel Àngel Oliva del Olmo
Responsable de RSC	Quim Sicília (Jefe Área Participación)
Facturación (año)	94,6 millones euros (2011)
Excedente (año)	277,5 miles de euros (2011)
Nº socios/as de consumo (año)	727.000 (2011)
Empleo (año)	682 (2011)
Socios/as de trabajo (año)	477 (2011)

2.2. Acorex



1. Introducción

La Agrupación de Cooperativas de Regadío de Extremadura, ACOREX, es una cooperativa de segundo grado dedicada a la producción y comercialización agropecuaria, y fue constituida en 1985, promovida por cinco cooperativas de las Vegas del Guadiana. En 2011, la cooperativa estaba compuesta ya por 42 cooperativas de primer grado, con más de 6.500 socios entre agricultores y ganaderos, que la sitúan, según el Estudio de CEPES de Empresas Relevantes de la Economía Social 2010/11, como la sexta cooperativa agroalimentaria española y la decimonovena empresa de la Economía Social de España, además de ser la primera empresa de la región extremeña en volumen de facturación en el sector agroalimentario.

ACOREX contaba en 2010 con una plantilla de 129 personas de empleo directo, y calculaba ese año en unas 1.000 personas el empleo generado en las empresas participadas y en las cooperativas socias. Los datos de la entidad relativos a 2011 permiten apreciar que la misma facturaba en ese ejercicio un total de 242 millones de euros (26 millones más que en 2010), disponía de un balance total de 113 millones de euros, casi 17 millones más que en 2010; y presentaba un excedente anual de 504 miles de euros, ligeramente superior a los 495 miles de euros del ejercicio precedente.

Los objetivos básicos de la cooperativa son los de prestar servicios a sus socios, mejorar su nivel de renta y su calidad de vida, y contribuir al mismo tiempo al desarrollo de un entorno rural sostenible. Para ello, se encuentra organizada en distintas secciones, como son las de Suministros; Fertilizantes; Riegos; Piensos; Ganadería; Arroz; Frutas y Hortalizas; Cereales y materias primas; Ingeniería; Informática; y Tiendas.

ACOREX publicó en 2011 su primera Memoria de Responsabilidad Social, 2011, que contiene datos relativos a los años 2008, 2009 y 2010, y declara explícitamente el compromiso de la entidad con los principios y herramientas que proporciona la política de Responsabilidad Social Empresarial. Esta Memoria ha sido elaborada siguiendo las directrices de la Guía de Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI G3.

La entidad obtuvo en 2011 el premio Cooperativas Socialmente Responsables, en su categoría económica, por su papel fundamental dentro del contexto geográfico extremeño; destacando en particular su fuerte presencia geográfica en Extremadura, su papel social en cuanto a generación de empleo rural y mantenimiento de la actividad agrícola y ganadera en zonas deprimidas, y su apuesta por la diversificación, la captación de valor añadido y la integración.

2. Modelo de actividad

En el momento de su constitución en el año 1985, ACOREX contaba tan solo con cinco cooperativas socias, las de San Isidro de Miajadas, San Juan de Madrigalejo, San Agustín de Obando, La Extremeña de Montijo, y Aldea del Conde de Talavera la Real. Apenas tres años después, la entidad agrupaba ya 21 cooperativas de primer grado, 4.000 socios de base y más de 33 millones de euros en facturación. En 2011 ACOREX integra 42 cooperativas con un total de más de 6.500 personas asociadas, y una facturación en el año 2011 de 242 millones de euros.

Como Agrupación de Productores Agrarios, (APA), ACOREX obtuvo a lo largo del tiempo su cualificación inicial para productos hortofrutícolas, cereales y bovino, y posteriormente para semillas, arroz, oleaginosas, tabaco, cerdo ibérico, aceite y aceitunas. A continuación amplió su actividad a la comercialización de productos agroalimentario, leches y huevos en un principio, quesos frescos y curados.

Para ACOREX, el centro de toda su actividad y estrategia empresarial es el socio cooperativista, por lo que la principal actividad del grupo es la transformación y comercialización de productos agroalimentarios de los socios. Aplica para ello una estrategia basada en el control directo del mayor número posible de eslabones de la cadena de producción agrícola y ganadera, mediante la prestación de una gran variedad de servicios al socio cooperativista, que captan así segmentos cada vez más amplios de su cadena de valor.

Los principios básicos en los que se fundamenta la actividad de ACOREX son los de concentración de la oferta de sus asociados, concentración de demanda a la que se sirve, máxima captación del valor añadido generado, y gran diversificación de sus productos y servicios. Para ello, promueve entre su personal los valores de integración, disciplina, formación, información, profesionalidad e independencia, valores en que descansa en gran medida la competitividad económica y social de la cooperativa.

Destaca asimismo en el modelo de actividad de ACOREX que la entidad cuenta con un departamento de investigación y desarrollo en relación con el Centro Tecnológico Agroalimentario de Extremadura (CTAEX), investigando sobre nuevos métodos y conocimientos en materia agrícola y ganadera, con el fin de mejorar sus procesos productivos y obtener productos nuevos y competitivos. Acorex cuenta con la certificación de su sistema de gestión de I+D+i, según los requisitos establecidos por la norma UNE 166.002:2006.

3. Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial es en ACOREX uno de los rasgos distintivos de la cultura de la organización, que la entidad sitúa al mismo nivel que su voluntad de servicio, su búsqueda de la máxima calidad, su responsabilidad medioambiental, su empeño en la prevención de riesgos laborales, y su innovación permanente. Para el desarrollo de su política de RSE, la entidad ha identificado los siguientes grupos de interés que son relevantes para su actividad: socios cooperativistas; clientes externos de la cooperativa (terceros) actuales y potenciales; sociedades participadas; proveedores clave; personal empleado; administración pública; sociedad en general; y competencia.

En lo relativo a los indicadores ambientales de la responsabilidad social de ACOREX, la cooperativa realiza un control y seguimiento de los residuos generados en las distintas instalaciones, ya sean centros productivos o administrativos, manteniendo contratos con distintos gestores autorizados para la retirada de residuos tanto peligrosos como no peligrosos. La generación, control y seguimiento de estos residuos queda registrado en los correspondientes libros de residuos disponibles en las instalaciones. En los últimos años, la cooperativa ha obtenido certificados de Gestión Medioambiental según la norma UNE- EN ISO 14.000: 2004 para distintas secciones dentro del Grupo.

ACOREX ha evaluado sus impactos ambientales significativos, estableciendo anualmente objetivos medioambientales para la reducción o eliminación de los mismos, en lo relativo a producción y gestión de residuos, agua, energía, contaminación acústica, contaminación atmosférica y afectaciones al suelo.

Todo ello converge en lo que la empresa denomina su “vector ambiental”, fijando objetivos medioambientales concretos que se planifican anualmente y son aprobados por la Dirección. Los objetivos establecidos para el año 2011 están orientados a la reducción y optimización de los recursos, quedando definidos de la siguiente manera: “reducir en un 2% los consumos de energía eléctrica, combustible y agua por tonelada de producto terminado”.

La cooperativa realiza anualmente simulacros basados en su Plan de Emergencia Ambiental, implantado en los centros productivos. Además se ha distribuido entre los trabajadores de ACOREX, tanto en los centros productivos como administrativos, un “Código de Buenas Prácticas Ambientales”.

Desde el punto de vista social, destaca que la cooperativa ACOREX tenía en 2010 una plantilla total de 129 personas (de ellas 125 en la provincia de Badajoz), plantilla para la cual tiene actualmente en vías de desarrollo un Plan de Igualdad. Existen conciertos con la universidad de Extremadura y varios Institutos de Enseñanza Secundaria con el objeto de que sus alumnos puedan hacer prácticas en la entidad.

En cuanto a prevención y seguridad laboral, ACOREX ha implementado un Plan de Formación especificado por centros de trabajos y por categorías laborales. Ha desarrollado asimismo distintos Planes de Emergencia Interior,

que incluyen formación y simulacros anuales, y ha encargado externamente una Evaluación de Riesgos por cada centro de trabajo. Como resultado de todo ello, en 2010 se ha conseguido situar la tasa de accidentes en la empresa muy por debajo de la tasa nacional media, lo que indica una reducción muy significativa en el número de accidentes, debido a la formación e información en Seguridad e Higiene en el Trabajo recibida por los trabajadores.

En cuanto a las características de su empleo, ACOREX presenta un porcentaje de contrataciones indefinidas del 75%, de las cuales un 70 % son mujeres y un 30 % corresponden a hombres. En cuanto a contratación temporal es el 25 % restante, donde un 85% son hombre y un 15% son mujeres. El 55,2% de la plantilla presenta una antigüedad en la misma superior a los cinco años.

Como principales medidas de conciliación familiar, ACOREX resalta las relativas a la jornada continua en los meses de verano, a la que se acoge un 80% del personal de la empresa; los casos de personas (por lo general mujeres) con reducción de jornada por cuidado de un menor de ocho años, respetando su derecho a la elección de horario; y la concesión habitual de permisos por causas familiares, aunque no exista ninguna norma escrita sobre ello.

En el ámbito asociativo de ACOREX, destaca su creación en 1991 de CEPA, S.A. (Comercializadora y distribuidora para el producto terminado) dedicada a la comercialización directa al consumidor de los productos terminados de la cooperativa, comercializados bajo su marca GUADIALA. Dentro de las entidades cooperativistas participadas por ACOREX, que revelan una notable vocación intercooperativa, destacan la cooperativa de segundo grado ANECOOP, a la que se asocia en 1989 para canalizar la exportación de las frutas y hortalizas en fresco; la asociación UNEXCA, Unión Extremeña de Cooperativas Agrarias, actualmente Cooperativas Agro-alimentarias Extremadura, que fue creada en 1990 por ACOREX y otras cooperativas extremeñas para defender los intereses de la agricultura y ganadería extremeña ante la Unión Europea; y la sociedad AGROFIT, S.Coop., creada en 1989 para la industrialización y comercialización de las materias activas principalmente utilizadas en los pesticidas agrícolas.

4. Impacto social y reconocimientos

En lo relativo a su impacto económico y social en el entorno en que desempeñas sus actividades, ACOREX tiene como criterio favorecer la economía local utilizando siempre que sea posible recursos, tanto materiales como humanos, del territorio en que está inserta. Durante el año 2010, el porcentaje de compras producidas en Extremadura fue de un 58% sobre el total de las compras, siendo un 33% en el resto de España y un 9% en la Comunidad Europea.

Respecto de sus consumidores y usuarios, la cooperativa está comprometida con una política de marketing responsable. El departamento comercial de ACOREX desarrolla un Plan Anual de Promoción, cuya implementación está sometido a un continuo control y seguimiento por parte de la Dirección de la cooperativa, de tal manera que se garantiza que la información aportada en los distintos medios es fiable y veraz.

Como se ha referido anteriormente, uno de los principios básicos que inspiran ACOREX desde su creación es la integración con otras actividades que comparten sus objetivos y características sociales, o dicho de otro modo, con la intercooperación. La entidad participó como fundadora, hace ya más de veinte años, en la creación de UNEXCA (Unión Extremeña de Cooperativas Agrarias), que en 2009 pasó a denominarse Cooperativas Agro-alimentarias de Extremadura. ACOREX pertenece, en el plano nacional, a Cooperativas Agro-alimentarias de España, y en el plano europeo, a la Confederación General del Cooperativismo Agrario en la Unión Europea (COGECA); espacios ambos desde los cuales se defienden los objetivos y reivindicaciones del sector tanto agrario como agroalimentario.

Además, la cooperativa forma parte de CEPES (Confederación de Entidades para la Economía Social y Autónomos de Extremadura), con el objetivo de convertirse en el máximo interlocutor regional de la Economía Social. ACOREX representa a esta entidad en el Consejo Económico y Social de España, CES. A lo largo de su dilatada trayectoria, ACOREX ha recibido una gran cantidad y variedad de premios y reconocimientos a su labor, de los que cabe destacar aquí algunos de los más relevantes. Así, entre los más antiguos cabe citar, por ejemplo, a los Premios Feria AGROGANADERA 87, a la mejor actividad en grupo, concedido en Trujillo el año 1987; y Feria AGROGANADERA 91, al mejor Marketing e Imagen, concedido asimismo en Trujillo pero en este caso en 1991.

Entre los reconocimientos más recientes efectuados a ACOREX en el período 2009-2011, se encuentra en primer lugar el Premio Fomento de Emprendedores, en la categoría de Trayectoria Empresarial, como empresa que se ha distinguido por una sólida trayectoria de crecimiento y consolidación empresarial. El premio, correspondiente a la IV Edición de los Premios Extremadura Emprendedora 2009, forma parte de la iniciativa Emprendemos Juntos, un programa de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa que pretende incentivar una política pública innovadora de apoyo al emprendimiento.

Por otra parte, en la primera edición de los Premios a la Excelencia Empresarial en Extremadura, concedidos en 2009 por la Consejería de Economía, Comercio e Innovación, el grupo ACOREX fue galardonado con una mención especial a la gestión de las alianzas y los recursos. Se trata de un premio que tiene como finalidad distinguir a las empresas extremeñas que hayan conseguido mejoras substanciales en su competitividad mediante la aplicación de métodos y herramientas de excelencia en la gestión y que contribuyan, por tanto, a reforzar la cultura de la calidad en la sociedad extremeña.

En el año 2011 ACOREX recibió el II Premio de Cooperativas Socialmente Responsables en la categoría económica. Se trata de unos premios creados por Cooperativas Agro-alimentarias de España en colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente Rural y Marino. El jurado correspondiente valoró que la cooperativa ACOREX lleva a cabo un papel fundamental dentro del contexto geográfico extremeño, avalado por su presencia en los sectores que enmarcan los ejes principales de la agricultura y la ganadería local. En particular, el jurado destacó en la cooperativa su capacidad de generación de empleo rural y de mantenimiento de la actividad agrícola y ganadera en zonas deprimidas de Extremadura.

5. Conclusiones

La cooperativa de segundo grado ACOREX ha experimentado un gran desarrollo tras su creación en 1985, ampliando progresivamente sus cooperativas de primer grado, el empleo directo e indirecto generado, su facturación y su peso en el sector agroalimentario español.

En cuanto al ejercicio por ACOREX de las prácticas socialmente responsables, cabe destacar, en particular, su estrecha relación con las comarcas rurales extremeñas en las que lleva a cabo su producción; su compromiso medioambiental, hasta el punto de establecer para 2011 el objetivo explícito de reducir en un 2% los consumos de energía eléctrica, combustible y agua por tonelada de producto terminado; una política eficaz de prevención de riesgos laborales, que ha conseguido situar la tasa de accidentes en la empresa muy por debajo de la tasa nacional media; y una variedad de medidas concretas en materia de conciliación familiar, relativas a la jornada continua en los meses de verano, las reducciones de jornada por cuidado de menores o los permisos por causas familiares.

Por último, destaca en ACOREX su estrecha vinculación a las estructuras cooperativas agroalimentarias a escala regional, nacional y europea, así como la amplitud y variedad de reconocimientos que recibe de su entorno social.

REFERENCIAS

ACOREX (2012): *Memoria de Responsabilidad Social 2011*. En www.acorex.es

Calle Prieto, S., y otros (2011): *La responsabilidad social en cooperativas. el caso de ACOREX*. III Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público y No Lucrativo.

<http://www.agro-alimentarias.coop/ficheros/doc/03464.pdf>. Premio Cooperativas socialmente Responsables. ACOREX.

<http://www.cooperativasextremadura.es/periodico-pda/noticias>. Entrevista al Presidente de ACOREX.

FICHA BÁSICA DE LA ENTIDAD

Denominación	ACOREX, Soc. Coop. Ltda.
Tipología	Cooperativa agroalimentaria de segundo grado
Creación	1985
Dirección	Pol. Ind. El Prado, C/ Logroño, s/n Apartado de Correos 19. 06800 Mérida (Badajoz)
Teléfono	924300161
Página Web	www.acorex.es
Contacto electrónico	acorex@acorex.es
Presidente	Matías Sánchez Gómez
Director General	Javier Donoso Caro
Responsable de RSE	Sebastián Trinidad Fernández
Facturación (2011)	242 millones euros
Empleo (2011)	129
Cooperativas socias(año)	42

2.3 Alimer



1. Introducción

Alimer (Alimentos del Mediterráneo, S. Coop.) es una cooperativa agroalimentaria de primer grado, reconocida administrativamente como Organización de Productores de Frutas y Hortalizas, y con sede social en Lorca (Murcia). La entidad fue creada el año 2006, mediante la fusión de ocho cooperativas preexistentes. En 2006, la entidad declaraba un total de 1623 personas socias, constituyendo la mayor cooperativa de la región de Murcia, con un impacto territorial especialmente significativo en la Comarca del Valle del Guadalentín y Cieza (Murcia); y alcanzando en 2008 un total de 990 personas empleadas.

Al igual que el conjunto de la economía española y del sector agroalimentario, la crisis ha afectado de manera notable a la entidad. La cooperativa alcanza en 2011 un total de 1.393 personas socias, según datos de la Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia, FECOAM, entidad a la que Alimer se encuentra asociada; mientras que mantiene empleadas a 763 personas empleadas, según datos de CEPES. Sin embargo, la facturación de la cooperativa asciende en 2011 a 123,1 millones de euros, según datos de CEPES, prácticamente un 50% más que los 83 millones de euros que sumaban por separado las cooperativas constituyentes de Alimer antes de su fusión en 2006.

Como fruto de su actividad, Alimer se encuentra situada en 2010/2011 en el decimotercer puesto del ranking de las empresas agroalimentarias en España, situándose en el puesto 43 del total de cooperativas españolas en cuanto a facturación, y constituyéndose en la cooperativa de mayor dimensión de su comunidad autónoma. Entre el 75% y el 90% de la producción de la cooperativa, según campañas, se destina a los mercados internacionales, en particular de los países de mayor tamaño como Alemania, Reino Unido y Francia.

Los sectores en los que la cooperativa está presente son en la actualidad los de ganadería, el grupo de piensos, lácteos y quesos, flores, suministros, turismo rural, y frutas, hortalizas, conservas (actividad esta última que es la más relevante en cuanto a facturación, socios y empleo). Los objetivos fundamentales de la cooperativa, tal como se recogen en su Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de 2008, son la consolidación en el mercado, el desarrollo de la complementariedad entre sus componentes, la reestructuración de las actividades que lo precisen, la diversificación productiva y comercializadora, la incorporación de I + D + i en sus distintos procesos y servicios, el acceso a las economías de escala que permite la cooperación y la intercooperación, la generación de sinergias financieras, y el incremento de las rentas de sus asociadas y asociados.

2. Modelo de actividad

Las ocho cooperativas que en 2006 se fusionaron en la nueva cooperativa Alimer fueron, por orden alfabético, las siguientes: Agromur, Agrosol, Camposur, Ganaderos de Murcia (Gamur), Sociedad Cooperativa Agraria Ciezana de Frutas, Sociedad Cooperativa Hortofrutícola Ciezana, Suagrilorca, y Unión Aropecuaria del Guadalentín (UAG). Las más antigua de ellas era la Hortofrutícola Ciezana, creada en 1985, y la más reciente era Agromur, creada en 2003. En el momento de su fusión, las cooperativas citadas sumaban, en términos agregados simples, un total de 2.611 personas socias, 988 personas empleadas, y una facturación anual global de 83 millones de euros.

Tal como se plantea en la Memoria de RSC de Alimer de 2008, la fusión de las ocho cooperativas que dieron lugar a Alimer se planteó como una opción para mejorar la competitividad en los distintos aspectos clave, tales como por ejemplo el ahorro de costes, la consecución de un mayor poder de nego-

ciación en las compras, una mejora en la negociación con las entidades financieras, una mayor profesionalización de la gestión, o la obtención de otras sinergias grupales. Tras la fusión, Alimer se planteó como objetivos inmediatos principales la integración de nuevas cooperativas, la potenciación de la internalización de la cooperativa, y continuar fomentando sus actividades de intercooperación.

De manera más específica, la consecución de los objetivos de Alimer se asocia a una mejora de la gestión y profesionalización en los distintos departamentos de la cooperativa (administrativos y financieros, de calidad, departamento comercial), así como a una reducción de costes internos, un aprovechamiento de los recursos ociosos de otras secciones (beneficiándose de la complementariedad de sus productos y de sus calendarios de aprovechamiento), y una mejora en la gestión de compras de todo tipo de materiales y servicios.

La cooperativa Alimer se encuentra estructurada en distintas secciones según los productos o servicios que aportan (piensos, lácteos y quesos; flores; suministros; turismo rural; frutas, hortalizas y conservas; y ganadería). En el apartado de suministros se incluyen la maquinaria agrícola, los productos fitosanitarios, los productos nutricionales, los productos zoonutricionales, el material eléctrico, y los artículos de ferretería (por ejemplo, para la implantación del riego por goteo).

Desde el punto de vista organizativo funcional y transversal, la cooperativa dispone de los Departamentos de Recursos Humanos, Prevención de Riesgos Laborales, Departamento Técnico y de Campo, Compras, Control de Calidad, Control de Costes, y Departamento Económico Financiero. Por su parte, el Consejo Rector de la entidad se encuentra formado por Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero, seis vocales titulares, y tres vocales suplentes.

La entidad mantiene distintos centros de trabajo en las localidades murcianas de Lorca (mayoritaria desde este punto de vista), Cieza, Puerto Lumbreras y Totana; y dispone de un buen número de marcas propias en los diferentes tipos de productos que constituyen su actividad. Adicionalmente, la cooperativa se encuentra iniciando actividades en el sector del turismo rural, apoyando a la propiedad de las casas rurales asociadas para mejorar su oferta y comercializarla de manera más adecuada y rentable.

En cuanto a sus conexiones profesionales, hay que señalar, ante todo, que Alimer es miembro de la Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (FECOAM), que agrupa un conjunto de 77 entidades asociativas agrarias de comercialización en esa región.

3. Responsabilidad social empresarial

En 2008 Alimer publicó su primera Memoria de Responsabilidad Social Corporativa, que se encuentra disponible en un lugar destacado de su página web. Esta Memoria se realizó siguiendo las directrices de la Guía G3 de Global Reporting Initiative (GRI). En esta Memoria, la entidad ha identificado los siguientes grupos de interés relevantes para la misma: sus cooperativistas; su personal empleado; sus proveedores; sus clientes; las Administraciones Públicas; las Universidades y otros centros educativos; los medios de comunicación; la sociedad que constituye su entorno; y el medio ambiente en que desenvuelve su actividad.

La dimensión social de la Responsabilidad Social Corporativa de Alimer se enfoca desde la cooperativa en una doble dimensión: sus trabajadores y trabajadoras, de un lado, y su relación con la comunidad y el entorno, de otro.

En 2008, la entidad reporta un 12,5% de empleo fijo, un 22,9% de empleo fijo discontinuo, y un 64,5% de personal temporal, lo que se corresponde con las características laborales típicas de la producción y la comercialización en el sector agroalimentario. La mano de obra de la categoría de peones es femenina en un 80,2%; en el resto de categorías profesionales, existe una mayoría masculina del 92,1%. Una parte de la plantilla (22% en 2008) se compone de personas de nacionalidad marroquí o ecuatoriano.

La entidad tiene establecido un plan anual de formación para cada una de las secciones que componen Alimer. En lo relativo a la conciliación de la vida personal y profesional de los empleados, la operativa ofrece la posibilidad de elegir entre el turno de mañana y tarde, y facilita la flexibilidad en cuanto al horario de entrada y salida del trabajo. Un 4,3% de los empleados de Alimer son personas con discapacidad, superando ampliamente la obligación legalmente establecida del 2%.

En cuanto a las condiciones de trabajo, la cooperativa presenta un índice de siniestralidad sensiblemente inferior al de su sector, y que además va dis-

minuyendo, lo que refleja una cultura bien arraigada de prevención de la siniestralidad, más allá de las obligaciones legales al respecto.

La conexión de Alimer con su entorno social en sentido amplio se produce a varios niveles. Destaca, en primer lugar, que el porcentaje de compras que la cooperativa realiza a proveedores locales es muy elevado (para el ejercicio 2008 reporta un 75%). Más allá de las actividades propiamente económicas, cabe subrayar, de entrada, la colaboración de la entidad con un amplio abanico de actividades sociales locales, tales como competiciones deportivas populares, festividades municipales, promoción del cooperativismo, apoyo a los hábitos alimenticios saludables, etc. Además, Alimer desarrolla proyectos e investigaciones sobre distintos temas agroalimentarios junto con otras empresas del sector, con instituciones tecnológicas de la región y con la Universidad de Murcia. Cabe citar aquí, por ejemplo, los proyectos tendentes a aumentar la vida útil de los productos agroalimentarios en los que se especializa la entidad, la consecución de nuevas variedades más productivas, la experimentación de nuevas presentaciones comerciales, etc. Por otro lado, la entidad presta apoyo a la promoción del cooperativismo en determinados medios de comunicación escrita y radiofónica de su entorno.

En cuanto a la dimensión ambiental, la cooperativa tiene definidos sus principales impactos en el medio ambiente, tales como su consumo de agua y electricidad y su generación de distintos tipos de residuos, emisiones y vertidos. Para abordar estas cuestiones, la entidad ha establecido una política medioambiental propia a través de un proceso progresivo de implantación de las normas de calidad ISO 14001 en sus diferentes centros.

Además, Alimer está certificada según la norma regional correspondiente de producción integrada, y se encuentra adherida al Pacto social por el medio ambiente promovido por el Gobierno Regional de Murcia y a su iniciativa RSC02. Con la iniciativa RSC02, la Administración Regional pretende que las grandes empresas orienten una parte de su responsabilidad social corporativa a ser solidarias con los ecosistemas de la región en su preparación y adaptación al cambio climático, permitiendo compensar voluntariamente las emisiones de gases de efecto invernadero que las empresas e instituciones producen, contribuyendo al fondo regional que se destina a financiar proyectos de mantenimiento y mejora de estos ecosistemas como sumideros de CO₂.

Destaca también que la cooperativa tiene instaladas placas solares en la parte superior de algunas de sus instalaciones principales, y vende a una empresa suministradora la energía que produce; lo que supone una mejora de sus procesos de consumo energético y tiene un cierto efecto demostración en el sector.

Desde el punto de vista económico de la RSE, cabe destacar que Alimer ha implantado un sistema de gestión de la calidad basado en la norma de referencia ISO 9001. La entidad lleva a cabo un continuo proceso de implantación de normativas de calidad, entre las cuales se citan la GLOBALGAP, conjunto de normas internacionales voluntarias y certificables tendentes a establecer buenas prácticas agrícolas (en inglés, Good Agricultural Practices, GAP), y la BRC, un conjunto de normas técnicas emitidas por un consorcio inglés (British Retail Consortium) que busca asegurar a los minoristas la calidad de los productos de sus proveedores de la industria alimentaria.

4. Impacto y reconocimiento social

La actividad directamente productiva de Alimer resulta especialmente significativa para la comarca murciana del valle del Guadalentín, que incluye ocho municipios (Águilas, Aledo, Alhama de Murcia, Librilla, Lorca, Mazarrón, Puerto Lumbreras y Totana) con unos 230.000 habitantes; y se extiende además a otras localidades destacadas como Cieza, Lorquí, Abarán, etc. El asentamiento local de la producción, una de las razones esenciales de la existencia de las entidades de economía social, encuentra aquí una clara expresión, y constituye una de las aportaciones destacadas de la entidad desde el punto de vista de la responsabilidad empresarial.

Otro indicador relevante del impacto social de Alimer es su participación en dos docenas de iniciativas empresariales vinculadas a su objeto social y de variado alcance. Se trata, por lo general de empresas agroalimentarias en las que la cooperativa mantiene una participación minoritaria. Entre ellas destacan por su importe financiero las relativas a Anecoop (una cooperativa agroalimentaria de segundo grado), el Grupo Alimentario de Lorca, S.L., que gestiona el matadero de esta localidad, o Cremofruit, S.C, una cooperativa de segundo grado en la que Alimer es una de las cinco cooperativas socias, y que se dedica a la producción y comercialización de frutas y cremas vegetales.

En cuanto a los reconocimientos sociales a la actividad de Alimer, destaca la concesión a la entidad en 2011 de uno de los Premios Cooperativas Socialmente Responsables concedido en su segunda edición por la entidad Cooperativas Agroalimentarias (organización que representa y defiende los intereses económicos y sociales del movimiento cooperativo agrario español). Alimer fue distinguida en los citados Premios en su categoría social, por su compromiso social avalado por su colaboración con ONG y comedores solidarios, el soporte prestado con motivo del terremoto de Lorca, el fomento del turismo en el medio rural y sus iniciativas de conciliación de la vida laboral y familiar.

En abril de 2012, Alimer recibió el Premio a la Producción Agraria en los XXIV Premios Alimentos de España, que concede anualmente el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Se trata de unos premios que distinguen la labor de empresas y profesionales que destacan por producir, elaborar, distribuir y ofrecer alimentos de calidad y contribuyen así al desarrollo del sector alimentario español de forma sostenible y eficiente. En la fundamentación de su decisión, la organización responsable destaca de Alimer que se trata de una cooperativa multisectorial moderna, competitiva y de importantes dimensiones, motor de la economía en el sureste español. Se destaca en particular que en ALIMER se integran perfectamente todos los elementos de la cadena productiva, lo que permite una valorización de la producción. Asimismo se valora su apuesta por la innovación, nuevas tecnologías y diversificación de productos y actividades, su gestión medioambiental, la optimización y el uso de los recursos y la generación de empleo en un medio rural desfavorecido.

En el mismo año 2012 Alimer ha sido premiada también en la VIª Edición de los Premios a la Innovación Empresarial, en la categoría de Innovación Tecnológica, concedido por la Consejería de Universidades, Empresa e Investigación de la Región de Murcia. En este caso, la fundamentación del premio a la cooperativa se basa en los resultados obtenidos en el desarrollo de un queso de cabra coagulado con cuajo vegetal de alcachofa, proyecto que ha dado lugar a un producto claramente diferenciado. Esto supone una innovación tanto nacional como europea, que permite la revalorización de los subproductos de la empresa, y que asocia dos productos importantes para la industria agroalimentaria de la Región como son el queso y la alcachofa.

5. Conclusiones

Alimer es una cooperativa agroalimentaria de primer grado, creada en 2006 como fruto de la fusión de varias cooperativas locales de varios municipios de Murcia. Como resultado de esta fusión, la nueva cooperativa ha aumentado sensiblemente sus ventas, ha ampliado su presencia en los mercados nacionales e internacionales, y se ha significado como un agente relevante de la economía social en su área de influencia.

La práctica de la responsabilidad social en la empresa destaca en Alimer en varios aspectos. Así, en cuanto a la responsabilidad económica llaman la atención los exigentes procesos de certificación nacional e internacional de la calidad de los productos de la empresa que han sido superados por ésta. En cuanto a la responsabilidad social, la cooperativa destaca por la creación de empleo rural, y por sus prácticas en conciliación familiar y en contratación de personas con discapacidad. Por último, en la vertiente medioambiental sobresale que Alimer monitoriza de manera adecuada su consumo de agua y electricidad y su generación de distintos tipos de residuos, emisiones y vertidos.

REFERENCIAS

- CEPES (2012): *Ranking de Empresas Relevantes de la Economía Social*. Alimer. En www.cepes.es/ranking
- Arcas Lario, N. y Hernández Espallardo, M. (2010), "Caso Alimer: Ganar competitividad a través de la fusión". En Munuera Alemán, J. L. (Coord.), *Casos de éxito de las empresas murcianas*. ESIC, Madrid, pp. 273-286.
- COPERATIVAS AGROALIMENTARIAS (2011): *II Premio Cooperativas Socialmente Responsables*. Alimer. En www.agro-alimentarias.coop
- FECOAM (2012): *Directorio Empresarial*. Alimer. En www.fecoam.es
- Martínez-Carrasco Pleite, F. (Director) (2011): *Grandes siglas de Entidades de la Economía Social de la región de Murcia*. Universidad de Murcia-CAM.

FICHA BÁSICA DE LA ENTIDAD

Denominación	Alimer, S. Coop.
Tipología	Cooperativa agroalimentaria de primer grado
Año de creación	2006
Dirección	Camino Villaespesa s/n. Apto 217, 30800 Lorca (Murcia)
Teléfono	968 46 08 12
Página web	www.alimer.es
Contacto electrónico	jesus.lopez@alimer.es
Presidente	Julián Díaz García
Director Gerente	Jesús Abenza Molina
Responsable de RSE	Antonio Jesús Murcia Alcázar
Facturación (año)	123,14 millones euros (2010/2011)
Empleo (año)	763 (2010)
Socios/as (año)	1393 (2011)

2.4 Anecoop



1. Introducción

Anecoop es una cooperativa agraria de segundo grado, líder en la comercialización de productos hortofrutícolas desde su creación en 1975 por 31 cooperativas citrícolas de las provincias de Castellón y Valencia (aunque sin personalidad jurídica propia en sus primeros dos años de existencia), y que posteriormente incorporó a su oferta productos vitivinícolas. Con sede social en Valencia, la empresa mantiene oficinas en otras provincias españolas (Almería, Murcia y Sevilla) y está presente con empresas del grupo en Chequia, Eslovaquia, Francia, Holanda, Polonia, Reino Unido y Rusia. La entidad se autodefine como líder española en la comercialización de frutas y hortalizas, siendo el primer exportador y segundo comercializador de cítricos del mundo.

La cooperativa ha comercializado en la Campaña 2010/2011 un volumen de productos hortofrutícolas y vino de 659.281 toneladas, lo que supone un aumento del 5,6% respecto a la campaña anterior. La cifra de negocio alcanzada ha sido de 482 millones de euros, con una disminución del 0,6% sobre la campaña precedente. Los activos totales de la empresa al final de la campaña 2010-2011 alcanzan los 87,2 millones de euros. En este ejercicio, las empresas del Grupo Anecoop, incluidas sus filiales, obtuvieron beneficios; el empleo se mantuvo, con 200 trabajadores de media, y la inversión anual en I+D fue superior al millón de euros. En concreto, Anecoop obtuvo unos

beneficios de 519,7 miles de euros, siendo el excedente positivo de 574.9 miles de euros.

Anecoop agrupa actualmente a 79 cooperativas, que exportan sus productos a 57 países. Sus principales mercados son Francia, Alemania y España, seguidos de Suecia, Gran Bretaña, Italia, Polonia, Bélgica y República Checa. La Unión Europea supone algo más del 94% de sus exportaciones.

El Grupo Anecoop consta de una estructura comercial que se basa en siete empresas internacionales y cuatro delegaciones en el territorio español. Su red comercial está situada en puntos estratégicos del mercado internacional de frutas y hortalizas en fresco. Asimismo posee empresas de servicios de logística y transporte que facilitan la distribución en Europa, y dos campos de experimentación y desarrollo, en Valencia y Almería, respectivamente.

La entidad ha elaborado y publicado Memorias de Responsabilidad Social Corporativa para los ejercicios 2009-2010 y 2010-2011. Para ello sigue la metodología del Global Report International, y las especificaciones para la Economía Social de la iniciativa RSE COOP.

Anecoop, por otra parte, forma parte del Grupo ASCES, el principal grupo valenciano de Economía Social, que integra en su seno a otras organizaciones (Consum, Florida, Intercoop y Grupo Sorolla) que asumen objetivos comunes en la gestión e identidad corporativa, generando conjuntamente proyectos empresariales de intercooperación multisectorial.

2. Modelo de actividad

La entidad presume con razón de disponer de una red de producción sin comparación en España, agrupando a 79 cooperativas de todo el país, lo que representó para Anecoop un volumen de 625 miles de Tm de comercialización, en la campaña 09-10. La entidad agrupa 61 cooperativas socias en la Comunidad Valenciana (con una presencia de 45 de ellas en la provincia de Valencia), además de 11 cooperativas en Andalucía, de 5 en Murcia, y de una en Navarra y Valladolid, respectivamente. Para la campaña 2010/11 existe la obligación para cada cooperativa socia de comercializar el 40% de su producción a través de Anecoop (un grado de compromiso cooperativo notablemente superior al modesto 10% con el que el grupo arrancó en sus inicios).

El Grupo Anecoop se compone de ocho empresas internacionales y cuatro delegaciones en el territorio español; de empresas de servicios de logística y transporte que facilitan la distribución eficaz de sus productos en Europa; de dos campos de experimentación y desarrollo; y de una empresa de elaboración de zumos naturales no concentrados y conservas de frutas y hortalizas.

La gama de productos que ofrece la cooperativa se compone de cítricos, frutas y hortalizas. Los cítricos incluyen distintas variedades de mandarinas, naranjas, limones y pomelos. Las frutas se organizan en los grupos de sandías y melones; frutas de primavera, (desde el albaricoque al níspero); y frutas de otoño (desde la granada a la uva). En cuanto a las hortalizas, se agrupan en lechugas y coles, tomates, y otras hortalizas (un grupo que incluye trece productos, que van de las alcachofas a las zanahorias).

Las marcas Bouquet, Black Cat y Nadal constituyen tres referencias diferenciales de la producción de la cooperativa, sobre todo en los mercados internacionales. Desde 1986 Anecoop comercializa asimismo vino de sus bodegas asociadas, pertenecientes a las Denominaciones de Origen de Valencia y Navarra

En funcionamiento desde mediados de 2011, el nuevo Centro Logístico de Anecoop en Algemesí (Valencia) cuenta con unas instalaciones amplias y modernas que le permiten dar servicio a sus cooperativas, filiales y clientes, y albergar distintas oficinas comerciales. El centro permite a Anecoop comprar y almacenar a gran escala y distribuir al detalle los diferentes productos y materiales con los que la empresa desarrolla su actividad.

Anecoop define su misión como la de ser una empresa de productos agroalimentarios, internacionalizada, orientada a la obtención de una óptima rentabilidad para sus socios y colaboradores, comprometida con la calidad y el servicio a sus clientes y con el desarrollo profesional y personal de sus trabajadores.

Los objetivos generales de la entidad son los siguientes: mantener un crecimiento acumulado de la facturación a través de la mejora de la gestión; llevar a cabo procesos de concentración, homogeneización y optimización de las estructuras empresariales de Anecoop y de sus socios; diversificar la empresa con nuevas líneas de negocio y/o actividades que mejoren su rentabilidad; y desarrollo de su liderazgo en el sector agroalimentario, incre-

mentando el poder de negociación con los clientes y el de influencia, tanto técnica como política, en las organizaciones sectoriales.

La entidad tiene aprobado un Plan de Actuación a medio plazo, que cubre los años 2010 a 2013, período para el cual se ha fijado objetivos cuantitativos concretos como son los de crecer un 6% anual en toneladas comercializadas, superar las 750.000 Tm en la campaña 2012/2013, e incrementar un 2% anual, como mínimo, el precio medio liquidado a las cooperativas por Kg.

Resulta particularmente destacable el sistema de calidad y seguridad alimentaria de Anecoop y de sus cooperativas socias, denominado *naturane*, con el que Anecoop garantiza al consumidor un producto sano y respetuoso con el medio ambiente a través de un sistema de producción normalizado, con una utilización mínima de productos fitosanitarios, muy por debajo de los límites que establece la legislación vigente. Destaca asimismo la comercialización por Anecoop de frutas, hortalizas y vinos procedentes del cultivo biológico, realizando una fuerte apuesta por este tipo de agricultura, también llamada ecológica u orgánica, más respetuosa con la naturaleza, sin emplear sustancias químicas y con una utilización óptima de los recursos naturales.

Dentro del sistema *naturane* se engloba todo el proceso productivo de las frutas y hortalizas de Anecoop, desde la adquisición de la semilla o el plánton hasta el envío de los productos una vez confeccionados, así como los aspectos relacionados con la seguridad y bienestar del trabajador y el control de todos los procesos. La estrategia de I+D+i de Anecoop le lleva a incrementar año tras año las medidas que permiten avanzar a la entidad en áreas como el control biológico de plagas, la selección de variedades, la mejora de los procesos en los almacenes de confección, o la optimización de recursos productivos.

3. Responsabilidad Social Empresarial

Tal como lo entiende Anecoop, el cooperativismo concilia la eficacia empresarial con principios sociales tales como la democracia, la superación personal y profesional, el apoyo a la comunidad, al medio ambiente y a la justicia distributiva. Anecoop se autodefine como una entidad responsable, volcada en el progreso social, económico y medioambiental.

La entidad ha llevado a cabo la integración de la Responsabilidad Social Corporativa en los sistemas de gestión de la cooperativa, estableciendo compromisos escritos en relación, por ejemplo, al fomento de su transparencia informativa, la participación de los grupos de interés en la entidad, el trabajo en equipo, el desarrollo profesional de los trabajadores, el aumento de la presencia de mujeres en cargos de responsabilidad, o la incorporación de medidas de conciliación de la vida personal y laboral.

En su Asamblea General de marzo de 2012, Anecoop, en calidad de empresa de economía social, presentó su segunda Memoria de Responsabilidad Social Corporativa. En esta memoria destaca la implantación de sistemas de producción respetuosos con el medio ambiente en las cooperativas socias y en los campos de experimentación propios (Masía del Doctor, en Museros, Valencia, y Fundación Universidad de Almería – Anecoop, en Almería). El sistema implantado para la producción de frutas y hortalizas es *naturane*. Este sistema incorpora la certificación de la norma internacional Global Gap, definido por una organización internacional sin fines de lucro que trabaja en pro de las buenas prácticas agrícolas, y que es exigida por la mayor parte de los supermercados europeos; así como incorpora también la aplicación de numerosos objetivos ambientales y ecológicos.

Desde el punto de vista más práctico, merece especial atención la instalación de una cubierta solar fotovoltaica en el almacén de Anecoop en Torrent, con una capacidad de producción equivalente a la necesaria para atender a unas trescientas familias; lo que supuso a la empresa una inversión de 1,5 millones de euros y que permitirá rentabilizar las instalaciones produciendo energía solar fotovoltaica.

La actividad promocional de Anecoop ha dirigido sus esfuerzos al desarrollo y consolidación en el mercado de Bouquet, su marca más emblemática, a través de campañas de comunicación on-line “Cultivamos Futuro”. Esta es la primera campaña impulsada por una empresa del sector agroalimentario basada en los valores de Responsabilidad Social Corporativa en el entorno 2.0. Dentro del desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa de Anecoop, se diseñó y lanzó en las redes sociales la Campaña “Cultivamos Futuro”. Se trata de una iniciativa que pretende concienciar a los consumidores y al público en general sobre la necesidad de consumir más frutas y verduras como elemento básico para la mejora de su salud y bienestar.

En diciembre de 2010, la entidad lanzó una de las principales plataformas de crowdsourcing (denominación anglosajona de la tendencia a impulsar la colaboración en masa, posibilitada por las tecnologías Web 2.0 creada por una marca española: www.cultivamosfuturo.com, un ejemplo pionero de la explotación de la inteligencia colectiva para encontrar soluciones creativas al problema de la obesidad infantil. En tres meses se formó mediante esta plataforma una comunidad de 7.000 personas que aportaron, compartieron, votaron, difundieron y comentaron más de 300 ideas.

En noviembre de 2012, Anecoop se adhirió a la campaña “La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala”. Mediante esta iniciativa, un centenar de empresas de la industria alimentaria han suscrito un acuerdo público de colaboración liderado por la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) para frenar el desperdicio alimentario, un grave problema ya que cada año se desperdicia un tercio de los alimentos producidos en el mundo para consumo humano, lo que representa más de 1.300 millones de toneladas. La campaña, en la que participa la Federación Española de Bancos de Alimentos, tiene por objetivo reducir el desperdicio mediante la prevención y la implementación de prácticas eficientes, aprovechando más y mejor el excedente.

Destaca además que Anecoop es una entidad socia del proyecto *“Smart and sustainable food packaging utilizing flexible printed intelligence and materials technologies”*, financiado por el Séptimo Programa Marco de la UE con el objetivo de mejorar los sistemas de embalaje de las empresas agroalimentarias.

Desde el punto de vista laboral, Anecoop se caracteriza por presentar un importante nivel de empleo, con un elevado porcentaje de trabajo indefinido (95% en 2011), y un 45% de empleo de mujeres. Destacan las medidas de apoyo a la familia que aplica la entidad, entre las que se encuentran, por ejemplo, las relativas a ampliación del permiso de lactancia; la concesión de permisos remunerados para acompañar a personas dependientes al médico (padres, hijos, etc.); o permisos retribuidos de quince días para uniones de hecho (equiparación matrimonio/parejas de hecho).

4. Impacto social y reconocimientos

Anecoop se presenta como una entidad cercana a las necesidades actuales de la sociedad, por lo que participa, patrocina y actúa en diversas fundaciones y asociaciones. Destacan entre ellas Globalgap (cuya actividad ya se ha referenciado arriba), Freshfel Europe (un foro europeo para la cadena alimentaria de frutas y verduras), la Fundación Valenciana de la Calidad, la Fundación ETNOR, Asociación 5 al día (que promueve el consumo de frutas y hortalizas), o la Fundación Sabor y Salud (para el fomento de la alimentación saludable). Destaca en particular el caso de Globalgap, una asociación mundial de distribuidores y productores por una agricultura segura y sostenible, que pretende establecer un protocolo común de buenas prácticas agrícolas, y de la cual Anecoop es el único representante español en su Junta Directiva; así como de la Fundación ETNOR para la Ética de los Negocios y las Organizaciones, que promueve el estudio, desarrollo y difusión de la ética económica y empresarial.

También está presente la empresa en distintos Centros de Investigación, como AINIA, ITENE, e IVIA en la Comunidad Valenciana; en distintas asociaciones del sector agrario de ámbito cooperativo, como FECOAV, FECOAM, ENGRUPO, Cooperativas Agroalimentarias, o FAECA; y en una gran variedad de otras asociaciones profesionales del sector agrario: Intercitrus, D.O. Kaki Ribera del Xúquer, D.O. Vinos de Valencia, Vinos D.O. Navarra, o Fruit Logística.

Anecoop ha mantenido contactos con la Fundación Novaterra, una institución que trabaja contra la exclusión social en la Comunidad Valenciana a través de la creación de empleo. Esta Fundación contribuye a la inserción laboral de los parados de larga duración, un colectivo en riesgo de exclusión, recabando la colaboración de las empresas, colaboración que se plantea en siete áreas básicas: Contratación Responsable, Compra Responsable, Networking, Comunicación, Apoyo económico, Proyectos Pro-Bono + Voluntariado Corporativo, e Innovación Social.

Mediante Anecoop Praha, el grupo Anecoop contribuye a la difusión de los productos españoles en el Festival Internacional de Navidad de esta ciudad checa, con el objetivo es recaudar fondos destinados a diversas Organizaciones No Gubernamentales de la República Checa que se dedican a ayudar a los más desfavorecidos.

Por otra parte, “Cultivamos Futuro”, la campaña de Bouquet en línea con los pilares de su política de RSC -fomentar unos hábitos de alimentación saludables, cuidar el medio ambiente, garantizar la seguridad alimentaria e impulsar proyectos de economía social- ha obtenido por segundo año consecutivo un galardón en los Premios Estrellas de Internet, que organiza la revista Fruit Today. En esta ocasión ha sido premiada como la Mejor Campaña Online por su difusión en el entorno 2.0 de actividades para promover el consumo de frutas y hortalizas especialmente entre el público infantil.

5. Conclusiones

Anecoop es una cooperativa comercializadora de segundo grado, que desde su constitución en 1975 lidera los mercados europeos de frutas y hortalizas, generando valor para sus cooperativas de primer grado y personas socias desde un modelo de actividad basado en la economía social. A su vez, la cooperativa es la cabeza de un grupo de empresas con una fuerte internacionalización, que posibilita la canalización de las exportaciones de la entidad.

En materia de RSE, Anecoop destaca particularmente por su alto porcentaje de empleo con contratos indefinidos y de empleo de mujeres; por sus campañas para frenar el despilfarro de alimentos y la obesidad infantil; por su capilaridad asociativa, tanto en el terreno directamente comercial como de la economía social; y por su impulso a la investigación y el desarrollo en materia agroalimentaria, a través de experiencias piloto propias y de la colaboración con varios institutos tecnológicos del sector.

REFERENCIAS

ANECOOP (2011): *Memoria de Responsabilidad Social Corporativa, 2010/2011*.
En www.anecoop.com

Font de Mora, L. (2001): *Anecoop, 25 años*. Editado por Anecoop.

Marí Vidal, S. y Server Izquierdo, R. (2010): "Anecoop. S. Coop.". En Monzón Campos, J. L. (Dtor), *La Economía Social en España en el año 2008*. CIRIEC-España, Valencia.

Planells, J. M. y Mir, J. (2004): "Grupo Empresarial Anecoop: origen y desarrollo". *Mediterráneo Económico*. Vol. 6.

FICHA BÁSICA DE LA ENTIDAD

Denominación	ANECOOP, S. Cooperativa.
Tipología	Cooperativa agroalimentaria de segundo grado
Creación	1975
Dirección	C/ Monforte, 1. Entresuelo. 46010 Valencia
Teléfono	T. 963 938 500
Página web	www.anecoop.com .
Contacto electrónico	info@anecoop.com
Presidente	D. Juan Vicente Safont Ballester
Director General	D. Joan Mir Piqueras
Cooperativas asociadas (año)	79 (2012)
Empleo (año)	199 trabajadores/as.
Facturación	482,3 millones euros (2011)

2.5 Caja Laboral



1. Introducción

La Caja Laboral es una cooperativa de crédito, de trabajo asociado, creada en 1959 y con sede en Mondragón (Guipúzcoa). Creada inicialmente como instrumento para captar ahorro del público y dirigirlo a financiar las necesidades de las cooperativas del Grupo Mondragón, fue ampliando después sus actividades para convertirse en una entidad financiera especializada en la captación de ahorro y la promoción de nuevas actividades empresariales. Promovida inicialmente por Don José María Arizmendiarieta, destacado impulsor del cooperativismo en el País Vasco, contaba en 2011, antes de su fusión con otra cooperativa de crédito vasca, Ipar Kutxa, con una red de 390 oficinas, unos activos de 20.840 millones de euros, y una plantilla de 2.085 personas, en su gran mayoría socias de trabajo de la cooperativa.

La cooperativa se halla integrada en la Corporación Mondragón, el grupo cooperativo por excelencia en el País Vasco y en toda España. Formar parte de este grupo aporta a la Caja Laboral una red de más de 170 instituciones asociadas (diez de ellas controladas al 100% por ella misma en 2011), en los ámbitos de la industria, el sector agroalimentario, la distribución comercial, la enseñanza, la vivienda, la investigación, y los servicios de todo tipo. Además, la cooperativa dispone de una red de instituciones financieras asociadas en los sectores de seguros, entidades de previsión social, y gestión de instituciones de inversión colectiva.

Caja Laboral declara entender la responsabilidad social empresarial como un elemento vertebrador de su cultura corporativa, de su manera de entender y hacer empresa, una práctica que adapta al día a día para hacer aflorar de una forma tangible su compromiso con el progreso social y el desarrollo económico, y conciliar la eficacia empresarial con los principios sociales de democracia participativa, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva.

2. Modelo de actividad

Tal como establece su Informe de auditoría de las cuentas anuales consolidadas correspondiente a 2011, la Caja Laboral Popular Cooperativa de Crédito es una entidad cuyo objeto social es servir a las necesidades financieras de sus socios y de terceros mediante el ejercicio de las actividades propias de las entidades de crédito.

Para ello, la cooperativa podrá realizar toda clase de operaciones activas, pasivas y de servicios permitidas a las demás entidades de crédito, incluidas las que sirvan para la promoción y mejor cumplimiento de sus fines cooperativos, con atención preferente a las necesidades financieras de sus socios, y respetando los límites legales para operaciones activas con terceros. La actividad que lleva a cabo el Grupo es, fundamentalmente, la de banca minorista, a lo que se añade el negocio de seguros aportado por las entidades dependientes Seguros Lagun-Aro Vida, S.A. y Seguros Lagun-Aro, S.A.

En 2011 se produjo la reestructuración del Grupo encabezado por Caja Laboral, con la adquisición por la misma del 100% de las acciones de las sociedades de seguros Seguros Lagun Aro, S.A. y Seguros Lagun Aro Vida, S.A., a través de la filial Caja Laboral- Euskadiko Kutxa Cartera, S.L. Con este proceso, la entidad pretende dar respuesta al nuevo entorno competitivo en la actividad de seguros, donde el canal bancario emerge con fuerza, integrando la estrategia de Caja Laboral y Seguros Lagun Aro y generando un proyecto único como Grupo Caja Laboral de BancaSeguros.

Por otra parte, en octubre de 2012 se produce la integración en una única entidad de Caja Laboral y de Ipar Kutxa (una entidad de crédito cuyo origen fue la antigua Caja Rural de Vizcaya). La nueva empresa Caja Laboral Ipar Kutxa cuenta con un total de 25.000 millones de euros en activos, 451 oficinas, más de 1.300.000 clientes y 2.284 socios de trabajo, y tiene presen-

cia en los mercados de Euskadi, Navarra, Aragón, Rioja, Castilla y León, Cantabria, Asturias y Madrid.

Debido a la naturaleza de sus especiales relaciones con el resto del Grupo Mondragón, la Caja Laboral aporta a Mondragón Inversiones Sociedad de Promoción de Empresas, S. Coop. y a Fundación Mondragón un importe anual equivalente al 15% de los excedentes antes de impuestos del ejercicio precedente, minorados ciertos gastos incurridos por Caja Laboral.

3. Responsabilidad social en Caja Laboral

Caja Laboral dispone de un Código de Responsabilidad Social, norma interna escrita y accesible en su web que es de obligado cumplimiento por la entidad y sus integrantes. Este Código establece que la cooperativa tendrá una presencia activa apoyando la difusión de los conceptos de sostenibilidad y la concienciación de las personas y las empresas, impulsando la responsabilidad social no solo entre sus personas, sino también entre sus aliados y proveedores

En el mapa de valores explícito de Caja Laboral, además de la confianza, el compromiso, la participación, la apertura al cambio y el espíritu de superación, la entidad apuesta por la rentabilidad socio-empresarial, y plantea una serie de comportamientos exigibles a todos sus socios trabajadores: compromiso con el entorno, utilizando adecuadamente los recursos de los que se dispone, reciclando y evitando el consumo de recursos innecesarios; compromiso con la sociedad, actuando con un comportamiento ético y una actitud comprometida con proyectos sociales, identificando oportunidades de intervención social que propicien un reparto de riqueza más equitativo.

Desde los puntos de vista funcional y orgánico, el Comité de Responsabilidad Social Empresarial es el órgano delegado del Comité de Dirección para la gestión de RSE. Sus funciones son las de asesorar al Comité de Dirección sobre esta política; impulsar acciones de mejora que den respuesta a las expectativas no atendidas de los grupos de interés, detectadas por medio de los diferentes canales de diálogo y comunicación con los mismos; establecer un Plan de Actuación de RSE anual; coordinar, seguir e impulsar las acciones incluidas en el mismo; y revisar los indicadores cuantitativos y cualitativos, haciéndolos públicos mediante las Memorias anuales de RSE.

Caja Laboral viene elaborando tales Memorias desde 2005; articulando sus análisis, actividades y propuestas de futuro en torno a cinco grandes bloques, relativos, respectivamente, a las Personas, el Medio Ambiente, la Sociedad, la Cultura y el Deporte.

En lo relativo a las personas, la cooperativa contaba en 2011, antes de su fusión, con una plantilla de 2.025 personas, 136 menos que en 2009 tras la aplicación voluntaria de un plan de jubilaciones anticipadas. De esta plantilla, 1.825 personas (un 90,1%) eran socias, en tanto que el resto era personal contratado, la mayoría en régimen de contratos de sustitución y en prácticas. Las mujeres suponían en 2011 un 45,7% del total de las personas socias de trabajo de Caja Laboral (un 43,3% en 2009), y un 23% de sus puestos directivos (19% en 2009).

El hecho de que la entidad sea una cooperativa de trabajo asociado implica que los socios trabajadores son los dueños de la empresa, y por consiguiente dueños de su destino a través de su participación en los órganos de decisión de la cooperativa: consejo social, consejo rector, y sobre todo asamblea general, dando lugar a un modelo de gestión democrática que se sale de los parámetros habituales en las actividades financieras.

Los avances en la igualdad de género en la cooperativa están relacionados, entre otras cosas, con la aprobación por ésta de su primer Plan de Igualdad de Mujeres y Hombres, aprobado en 2008, y seguido después por un segundo plan con vigencia hasta 2013 incluido. Mediante estos planes se trata de fortalecer la cultura en favor de la igualdad, aumentar la presencia de la mujer en puestos de responsabilidad, establecer un plan de formación específico, así como poner en práctica facilidades para la conciliación, y garantizar la igualdad de género en la comunicación, el lenguaje y la imagen. Caja Laboral fue, ya en 1997, la primera empresa reconocida como “Colaboradora en Igualdad de oportunidades” por Emakunde, el Instituto Vasco para la Mujer.

Caja Laboral, que está en posesión de la certificación OHSAS 18001 de Prevención de Riesgos Laborales, se adhirió en septiembre de 2006 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, e informa anualmente de los progresos realizados con respecto a sus diez Principios en la Memoria de RSE de la entidad. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa de compromiso ético destinada a que las entidades de todos los países acojan, como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones, diez normas éti-

cas de conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

En su vertiente medioambiental, Caja Laboral desarrolló ya en el año 2001 un Sistema de Gestión Ambiental según la Norma ISO 14001, que fue certificado por AENOR ese mismo año, convirtiéndose en pionera en la materia dentro del sector financiero español. La política ambiental actual de Caja Laboral establece como prioritarias las siguientes líneas de actuación: toma de conciencia y motivación de los socios, por medio de la formación y la sensibilización, para implicarles activamente en prácticas responsables con el medio ambiente; minimización de los residuos generados, reciclado de todos los residuos posibles, y reducción del consumo de recursos naturales; y colaborar con sus grupos de interés, con el fin de contribuir a la conservación del medio ambiente, en especial incorporando en su relación con proveedores y subcontratistas la exigencia de normas y criterios ambientales.

La entidad publica regularmente sus indicadores de consumo de papel, tóner, agua, electricidad, gasoil, etc., y de generación de residuos, que contrasta cada año con los del año precedente. Así tomando como referencia el ejercicio 2011, Caja Laboral ha reducido el consumo de papel un 38% en los últimos cuatro años (245 toneladas menos que en 2007) y ha reciclado en ese año 386,4 toneladas de papel (un 94,5% más que hace 5 años). En todos estos años, Caja Laboral ha realizado múltiples acciones para ser consecuente con esta política, y en especial para reducir el principal impacto ambiental de una entidad financiera como es el consumo de papel y su recogida y reciclaje.

Desde el punto de vista de la RSE respecto de la sociedad en su conjunto, la cooperativa Caja Laboral nació marcada desde sus orígenes por un fuerte compromiso social, centrándose en la creación de trabajo asociado y participativo de carácter cooperativo, así como en la distribución en su entorno de una parte de sus beneficios.

Este compromiso con la sociedad circundante se concreta también en productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social. Entre ellos, se encuentran las tarjetas Affinity, mediante las cuales la cooperativa cede a ciertas entidades como Medicus Mundi, Caritas y otras, una parte de los ingresos que le reporta la utilización de esas tarjetas por sus clientes; o las donaciones solidarias de puntos Super55 (unos puntos que sirve de

reclamo y de fidelización para su clientela), donados por los clientes a favor de varias ONG. Asimismo, Caja Laboral colabora, aportando difusión y apoyo gratuito en los aspectos operativos, en el lanzamiento de un proyecto de Banca Ética, como agente de Fiare-Banca Popolare Ética.

Caja Laboral forma también parte de Izaite (Asociación de Empresas Vascas para la Sostenibilidad), una entidad sin ánimo de lucro formada por una agrupación de empresas privadas comprometidas con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa.

La RSE de Caja Laboral se extiende en particular a los ámbitos de la cultura y el deporte, con especial atención a la lengua y cultura vascas, el apoyo a diferentes centros educativos (como la Universidad de Mondragón, el centro de educación secundaria y formación profesional Politeknika Ikastegia Txorierri, y la escuela técnica cooperativa sin ánimo de lucro Lea Artibai Ikastetxea); o el apoyo asimismo a los deportes autóctonos.

Un interés especial reviste Gaztempresa (en castellano, empresa joven), una iniciativa de la Caja Laboral que tiene por objetivo fomentar el empleo y apoyar la creación de empresas. Para ello, se ha creado la Fundación Gaztempresa, que cuenta con la colaboración del Fondo Social de la Comunidad Europea, del Gobierno Vasco y de la Universidad de Mondragón. En 2009, Caja Laboral asumía el 44% de los costes soportados por la Fundación, mientras que el grupo Mondragón contribuía con un 20%, y el restante 36% corría a cargo del Fondo Social Europeo y el Gobierno Vasco.

Gaztempresa nació en 1994 para apoyar a las personas jóvenes emprendedoras menores de 30 años; y en 2008 amplió su alcance para pasar a apoyar también a las empresas jóvenes, con menos de tres años de existencia. Los potenciales emprendedores son identificados por personal voluntario de la red de oficinas de Caja Laboral así como por medio de la colaboración con las oficinas de empleo públicas municipales y comarcales; y reciben asesoramiento, formación especializada y acompañamiento por medio de la empresa consultora Bultz-Lan, especializada en el asesoramiento y desarrollo de nuevos proyectos para convertirlos en empresas, principalmente de autónomos/as y micropymes. Una vez realizado un análisis de viabilidad, las personas seleccionadas reciben también financiación preferente desde las oficinas de Caja Laboral, y apoyos financieros procedentes del Gobierno Vasco.

Entre 1994 y 2011, Gaztempresa ha facilitado la creación de 2.782 empresas, que han generado 4.985 puestos de trabajo, con una inversión media por proyecto de unos 60.000 euros; convirtiéndose en la Fundación líder en el País Vasco en el apoyo a la creación de nuevas actividades empresariales. Según sus responsables, la tasa media de supervivencia de estas empresas es muy satisfactoria, pues alcanza el 80% después de los tres primeros años de funcionamiento. En el perfil de los emprendedores y emprendedoras apoyados destaca la paridad en términos de género, ya que el 52% son mujeres; y destaca también que en un 80% se trata de personas desempleadas, mayoritariamente con estudios básicos o/y profesionales, pero también con un 26% que tiene estudios universitarios.

Por último, desde el punto de vista de la calidad de sus compromisos de RSE, hay que resaltar que Caja Laboral publica en sus memorias sus objetivos cuantificados para el ejercicio siguiente, y contrasta asimismo de manera sistemática sus previsiones con los resultados reales de las mismas; lo que permite a la entidad detectar a tiempo las desviaciones y establecer objetivos concretos para corregirlas.

4. Impacto social y reconocimientos

Caja Laboral opera fundamentalmente en el País Vasco y, en menor medida, en las Comunidades Autónomas limítrofes. La entidad dedica anualmente el 25% de sus beneficios a incentivar la aplicación en su entorno de las políticas y estrategias empresariales corporativas, así como a impulsar nuevas actividades para la generación de empleo cooperativo y el afianzamiento del empleo ya existente en empresas cooperativas en situaciones de declive.

Los premios recibidos por una de las iniciativas de Caja Laboral, en concreto la actividad de la Fundación Gaztempresa, pueden servir para ejemplificar el tipo de impacto social de la cooperativa en su entorno. Así, Gaztempresa recibió en 2010 el diploma de finalista de los premios de la Fundación Laboral San Prudencio, por su apuesta de creación de empleo en el territorio alavés. La entidad concedente ha sido creada por 400 empresas alavesas, que realizan a través de la Fundación las acciones socio-laborales formativas que reciben sus 30.000 empleados y sus familias; y sus premios tratan de reconocer a aquellas empresas y sus trabajadores que realizan actuaciones destacadas en el ámbito de la responsabilidad social empresarial, la prevención de riesgos laborales, el medio ambiente y el empleo.

En el mismo ejercicio 2010, Caja Laboral recibió el Premio de la Fundación Corresponsables, en la categoría de ‘Gran Empresa’, por su iniciativa ‘Gestiona T en Gaztempresa’. Estos Premios Corresponsables reconocen la labor de grandes y pequeñas empresas, administraciones y entidades no lucrativas en todos los ámbitos de la responsabilidad social, y se conceden a las iniciativas más innovadoras y sostenibles en ellos.

Ese mismo año Caja Laboral fue reconocida con “Empresa con corazón – Bihotza Sariak” por 12 medios de comunicación de Bizkaia en colaboración con la Diputación Foral.

La cooperativa, por otra parte, participa en la concesión, mediante su colaboración con diversas instituciones, de distintos reconocimientos sociales, como son Premio al Vasco Universal (con el Gobierno Vasco), el Premio Navarra a la Solidaridad (con el Gobierno de Navarra), el Premio Humanidades (con Eusko Ikaskuntza, Sociedad de Estudios Vascos), o los Reconocimientos empresariales en la Cita de la Empresa Vasca (con EITB, grupo público vasco de radio y televisión).

5. Conclusiones

Caja Laboral es una cooperativa de crédito, de trabajo asociado, que ha desarrollado un destacado grupo financiero en los sectores crediticio, de seguros y de gestión de fondos de pensiones e instituciones de inversión colectiva. Estrechamente ligada en su funcionamiento al Grupo Mondragón, su ámbito de actuación es mayoritariamente el del País Vasco y Navarra, aunque se va ampliando progresivamente a otras Comunidades Autónomas.

En la responsabilidad social de la cooperativa destaca, de entrada, la definición expresa de la misma mediante un Código escrito y disponible en su web, y su exposición sistemática y crítica en las memorias anuales que la entidad viene realizando desde 2005. Las actividades de RSE en Caja Laboral se caracterizan por el énfasis de la entidad en sus personas socias, trabajadoras y clientes; por su compromiso medio ambiental; por su apoyo a la creación de empleo, en particular por parte de los jóvenes emprendedores; así como por su apoyo a una gran variedad de iniciativas sociales en los campos sociales, culturales y deportivos.

REFERENCIAS

Caja Laboral (2012): *Memoria de responsabilidad social empresarial 2011*. En <http://www.cajalaboral.com>

Ipar Kutxa (2012): *La responsabilidad social de Ipar Kutxa 2011*. En <https://www.iparkutxa.com>

Caja Laboral (2011): *Política de Responsabilidad Social*. En <http://www.cajalaboral.com>

Caja Laboral (2011): *Código de Responsabilidad Social Empresarial*. <http://www.cajalaboral.com>

Caja Laboral (2012): *Memoria Gaztempresa 2011*. En <http://www.cajalaboral.com>

Caja Laboral (2010): "Gaztempresa. Apoyo de Caja Laboral a la generación de autoempleo". Mondragón, mayo.

FICHA BÁSICA DE CAJA LABORAL

Denominación	Caja Laboral Popular Coop. de Crédito
Tipología	Cooperativa de crédito, de trabajo asociado
Creación	1959
Sede social	Pº José Mª Arizmendiarieta s/n Arrasate (Mondragón) Guipúzcoa
Teléfono	943 71 95 00
Página web	www.cajalaboral.com
Contacto electrónico	contactacon@cajalaboral.com
Presidente/a	D. Txomin García
Director/a General	D. Julio Gallastegui
Responsable de RSE	D. Pedro María López de Gámiz
Activos totales (año)	24.563 millones de euros (nov. 2012)
Créditos concedidos, saldo (año)	16.911 millones de euros (2012)
Empleo (año)	2.284 (2012)
Socios/as de trabajo (año)	2.020 (2012)
Beneficio después de impuestos (año)	19,4 millones de euros (2011)

2.6 Cajamar



1. Introducción

Cajamar Caja Rural, Sociedad Cooperativa de Crédito se autodefine como la primera caja rural y la primera cooperativa de crédito de España, disponiendo a comienzos de 2013 de más de 1,2 millones de socios y de 3,4 millones de clientes. A 31 de octubre de 2012 declaraba una masa social total compuesta por 1.005.637 personas y 68.988 empresas e instituciones asociadas.

La entidad, cuya sede social se encuentra en Almería, es resultado de la fusión de distintas cajas rurales que operaban previamente por separado en Andalucía, Murcia, Madrid, Castilla y León, Baleares y la Comunidad Valenciana. El volumen de negocio gestionado por la caja supera actualmente los 70.000 millones de euros, disponiendo de activos por importe de 42.000 millones de euros. Cajamar encabeza el Grupo Cooperativo Cajamar, situado en el puesto 15 del ranking nacional de entidades de crédito.

La entidad actual es el resultado de un largo proceso de fusiones, como vía más adecuada para hacer frente a los cambios en los mercados financieros modernos. Este proceso arranca en el año 2000 con la fusión de las Cajas Rurales de Almería y de Málaga, entidades que habían iniciado su actividad en 1966 y que con anterioridad, a su vez, habían integrado a la cooperativa agrícola y caja rural murciana del Campo de Cartagena (1989) y a la cooperativa de crédito madrileña Grumeco (2000). En 2007 se fusiona la

Caja Rural del Duero, cuyo origen se remonta a 1913; en 2010 la Caixa Rural de Balears, creada en 1972; en 2011 la valenciana Caja Campo, constituida en 1964; y en 2012 las Cajas Rurales de Castellón, creada en 1903, y Ruralcaja, cuya actividad como cooperativa de crédito se remonta inicialmente a 1946 en Valencia y 1925 en Castellón.

Por sus orígenes constitutivos, Cajamar Caja Rural es una entidad de economía social, de base societaria y de carácter fundacional. De acuerdo con sus estatutos sociales, la finalidad de Cajamar Caja Rural se concreta en la intermediación financiera y en las operaciones de apoyo a la economía real. Es una entidad claramente orientada al desarrollo local, comprometida con los sectores productivos, que presta una especial atención al sector agroalimentario y dirige su actividad financiera a la economía familiar, a los profesionales autónomos y a la pequeña y mediana empresa.

2. Modelo de actividad

Cajamar define su misión como la de contribuir con soluciones financieras al desarrollo económico y social del entorno en el que la entidad ejerce su actividad, destacando como valores fundamentales para la consecución de sus objetivos su vinculación con los sistemas productivos locales, el desarrollo sostenible, el equilibrio socioeconómico y la protección del medio ambiente.

Para desarrollar su finalidad, Cajamar presentaba en diciembre de 2011 un balance total de 30.191,8 millones de euros, del cual el crédito a su clientela alcanzaba los 25.075,8 millones. Los fondos propios de la entidad eran en ese año 2.592,9 millones, y el resultado del ejercicio ascendió a 44,4 millones. El empleo de Cajamar en 2011 fue de 5.432 personas, con un aumento de 128 personas sobre el ejercicio anterior.

La caja encabeza el Grupo Cooperativo Cajamar, creado en mayo de 2009 con el objetivo de reforzar entre sí a las entidades pertenecientes, consolidando en él sus balances y poniendo en común su estrategia de negocio, y sus políticas de gestión y de control de riesgos, solvencia y liquidez. El grupo se compone a principios de 2013 de 22 entidades, contando ya con unos activos totales medios superiores a 45.000 millones de euros, 1.700 oficinas y 7.000 empleados, que representan el 50% del negocio total y los activos totales del sector de las cajas rurales españolas.

En diciembre de 2009, este grupo fue autorizado y calificado como sistema institucional de protección (SIP) por el Banco de España. Actualmente está formado, además de Cajamar Caja Rural, por distintas cajas rurales con personalidad jurídica propia, de Canarias en un caso, y de la Comunidad Valenciana en los demás, y su presencia alcanza a 41 provincias de todas las Comunidades Autónomas españolas con la excepción de Extremadura y el País Vasco. Al 31 de diciembre de 2011, los activos totales, el patrimonio neto y los resultados del ejercicio de la Entidad dominante representaban el 97,42%, el 96,99% y el 96,21%, respectivamente, de los mismos respecto del Grupo Cooperativo Cajamar.

Adicionalmente, Cajamar poseía a finales de 2011 una serie de participaciones no superiores al 50% en casi una veintena de entidades asociadas, entre las que destacan Cajamar Seguros Generales, Cajamar Vida, y varias empresas de servicios en Andalucía y Murcia.

El modelo de actividad de Cajamar muestra una especial vinculación con las actividades productivas y comercializadoras del sector agroalimentario y una orientación clara hacia el desarrollo rural. Un ejemplo de todo ello es su amplia gama de productos financieros específicos para el sector, que amoldan los periodos de comercialización y los plazos de amortización a los flujos de ingresos y gastos de las distintas producciones agrarias, muy dependientes de la época del año y de las condiciones meteorológicas.

En cuanto al desarrollo rural, destaca la participación de la caja en asociaciones de desarrollo en todo su ámbito territorial de actuación, y el diseño de instrumentos financieros de apoyo a los proyectos empresariales promovidos por los emprendedores rurales, en actividades que pueden contribuir a generar empleo y riqueza en zonas sometidas a un fuerte proceso de despoblamiento y exclusión.

3. Responsabilidad social en Cajamar

La entidad define su responsabilidad social corporativa como el compromiso voluntario de Cajamar Caja Rural de contribuir a la mejora de la sociedad, del medio ambiente, y en general, de la economía y de los sectores económicos y sociales con los que interactúa. Cuenta para ello con un Plan de Responsabilidad Social Corporativa, cuyo desarrollo coordina por medio de un Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social, supervisado a su vez

por el Consejo Rector de la caja a través de su Comité de Responsabilidad Social Corporativa.

El Sistema Ético de Cajamar Caja Rural se define como el conjunto de valores, principios, objetivos y reglas de actuación de la entidad, voluntariamente asumidos por la propia organización con objeto de contribuir a la mejora de su eficiencia, así como a una más justa y equitativa utilización de los recursos que emplea.

El Código de conducta de la entidad está basado en los valores fundamentales de respeto a la persona, desarrollo personal y profesional, gestión activa de la diversidad, igualdad de oportunidades, objetividad profesional y protección de los derechos esenciales. Pretende crear un marco estable y comprometido de relaciones humanas y laborales en el seno de la organización, en el que la confianza de los empleados se base sistemáticamente en el propio compromiso adquirido por éstos.

El Código de Buen Gobierno Corporativo de Cajamar, por su parte, pretende desarrollar y ampliar el alcance de los Estatutos a través de la creación de pautas de conducta, así como de la implementación de los instrumentos necesarios para la consecución de la misión de la entidad.

El informe de Responsabilidad Social Corporativa de Cajamar Caja Rural se realiza bajo los criterios del Global Reporting Initiative (GRI). La entidad somete la autocalificación de su informe a verificación por parte de una empresa externa independiente, habiendo obtenido en 2011 la máxima calificación A+.

La entidad ha definido su propio mapa de grupos de interés, compuesto de las siguientes categorías: socios; empleados; clientes; proveedores; socios de negocio; reguladores; analistas y agencias de rating; interlocutores sociales; y medios de comunicación. En este listado, resulta especialmente novedosa la consideración específica de las instituciones reguladoras de las actividades de la caja, en especial de las financieras, así como de las instituciones encargadas de efectuar una evaluación profesional externa de la entidad.

La vertiente económica de la RSE de Cajamar tiene varias dimensiones, entre las cuales destaca su particular peso en las pequeñas comunidades rurales (un 24% de la red de oficinas de la entidad se localizan en pueblos y ciudades de menos de 10.000 habitantes), colaborando en evitar la exclusión financiera de las mismas, y a menudo apoyando las actividades agroalimentarias y rurales en general.

La caja dispone de un Programa de Compras Responsables, iniciado en 2010, que tiene por objetivo mejorar la eficiencia de tales compras, eliminar proveedores de dudosa reputación, erradicar el empleo infantil o irregular en los mismos, y evitar la selección de proveedores por motivos de clientelismo, amiguismo, etc. Con este fin, la entidad impulsa la adhesión de sus proveedores a los principios del Pacto Mundial, mediante un proceso progresivo que se ha iniciado con los proveedores de mayor volumen económico para extenderse después al resto.

Por otro lado, Cajamar se encuentra implicada en el desarrollo de un programa de educación financiera en valores, dirigido a estudiantes de entre ocho y dieciséis años de edad, y un programa de formación de consejos rectores de cooperativas agroalimentarias, con el fin de ayudar a una mayor profesionalización de su gestión.

En materia de gestión de recursos humanos, las mujeres ocupaban en 2011 un 43% de los empleos totales de Cajamar, aunque solo un 27,2% de sus puestos directivos. La entidad dispone de medidas de flexibilidad y de conciliación familiar y laboral, de un Plan familiar que concede ayudas a la integración de las los familiares con discapacidad, y ha implementado planes de formación de sus empleados en la responsabilidad social corporativa, los derechos humanos y el conocimiento del Código de conducta de la caja.

Algunas medidas de conciliación puestas en marcha por la entidad son, por ejemplo, el aumento del tiempo de excedencia para el cuidado de los hijos; la reducción de jornada para atender a familiares; la política de acercamiento de las personas a puestos de trabajo más próximos a su domicilio, etc.

Otras líneas de actuación novedosa de Cajamar en cuanto a recursos humanos son su obtención del sello Charter de la Diversidad, concedido por la Fundación de la Diversidad, para distinguir el compromiso voluntario de la entidad a favor de la igualdad y la no discriminación laboral en su seno; o su adhesión a los Women's Empowerment Principles (Principios para el Empoderamiento de las Mujeres), una iniciativa de ONU Mujeres que recoge y amplía iniciativas previas para el impulso del liderazgo corporativo para la igualdad de género, mediante la medición y la difusión de los progresos realizados por las empresas en esta materia.

En el aspecto medioambiental de la RSE, Cajamar dispone de un sistema de gestión, desarrollado mediante una serie de directrices de política, y que proporciona a la entidad una amplia serie de indicadores que se exponen en sus Memorias de Responsabilidad Corporativa. Entre tales indicadores, resaltan los relativos al programa de ahorro y eficiencia energética, el programa de papel cero, el control del consumo del agua, o la puesta en práctica de actuaciones de reciclado de residuos (como por ejemplo en este último caso, el tratamiento del 100% de los residuos de los aparatos eléctricos desechados).

Dado que Cajamar es una entidad cuyo tamaño viene creciendo sistemáticamente en los últimos años debido a los sucesivos procesos de fusión en que ha participado, los indicadores medioambientales que mejor captan sus progresos en esta materia son los establecidos en términos de unidades físicas por persona empleada. Así, su emisión de CO₂ por empleado pasa de 1.970 Kg. en 2010 a 1.680 Kg. en 2011; y su consumo de agua por empleado pasa de 5,3 metros cúbicos en 2009 a 4,7 en 2011.

Cajamar Caja Rural está adherida desde el año 2006 a la Red Española del Pacto Mundial, una iniciativa internacional propuesta por las Naciones Unidas con el objeto de fomentar la ciudadanía corporativa, que compromete a las organizaciones firmantes a adoptar, apoyar y promulgar diez principios básicos universales relacionados con el respeto de los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción y el soborno. La entidad se encuentra adherida asimismo a la iniciativa rse-pyme, impulsada por la Red Española del Pacto Mundial y el Instituto de Crédito Oficial de España, y cuyo objetivo principal es el de acercar el concepto de responsabilidad social empresarial de manera específica a las pequeñas y medianas empresas, e impulsar su incorporación en sus prácticas empresariales.

Cajamar es miembro de Forética, la asociación de empresas y profesionales de la RSE líder en España, cuya misión es la de fomentar la cultura de la gestión ética y la responsabilidad social, dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible. Además, la caja dispone de un blog específico (www.cajamarcomprometida.es) a través del cual comunica sus principales actividades recientes en materia de RSE.

4. Impacto social y reconocimientos

La Fundación Cajamar, creada en 2006, lleva a cabo distintas actividades, de gran impacto social, en los campos del fomento de la cultura y la economía social, la investigación agroalimentaria, el desarrollo tecnológico y el medio ambiente, entre otros. Algunos ejemplos de ello son el impulso a los Objetivos del Milenio, con medidas como el apoyo en 2011 a Medicus Mundi y Unicef, para llevar a cabo actividades en pro de la reducción de la mortalidad infantil; el desarrollo de equipos de voluntariado corporativo, con más de cuatrocientas personas voluntarias en 2011; y la creación de equipos solidarios (más de 1600 personas en 2011), que aportan un euro mensual por persona y que la entidad complementa con un importe igual al conseguido por el grupo. Todo ello, sin citar expresamente la gran variedad de acciones en áreas diversas como el apoyo a las personas damnificadas por el terremoto de Lorca, a las personas con lesión cerebral, a determinadas actividades artísticas dirigidas a personas con discapacidad, etc.

Otro impacto social significativo en su entorno de Cajamar es su impulso a la adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas de las empresas que componen su grupo, así como de sus sociedades participadas y de sus proveedores. El Pacto Mundial de Naciones Unidas ha concedido al informe de Cajamar el reconocimiento de 'Informe Advance' como empresa que se esfuerza por conseguir un desempeño excelente y que desarrolla las mejores prácticas en sostenibilidad.

Cabe destacar, por otro lado, que Cajamar se ha integrado en la Confederación Española de la Economía Social, CEPES, en noviembre de 2012. CEPES es una confederación empresarial de ámbito estatal y carácter intersectorial, representativa de la Economía Social en España, y que integra a 31 organizaciones que defienden los intereses de las cooperativas y de otras instituciones de la economía social.

Desde el punto de vista de los premios que concita su actividad socialmente responsable, cabe citar en primer lugar que Cajamar recibió en 2011 el premio de dinamización del campo rural, concedido por ASAJA Barcelona, por la ayuda de la entidad al sector agrario. En la misma línea, Expo Agro concedió en 2012 el Premio a la Innovación a la Estación Experimental de la Fundación Cajamar, por su dilatada trayectoria de apoyo y transferencia de conocimiento a los agricultores para la constante mejora de sus explotaciones.

Otra distinción a destacar es la concedida en 2011 por la Asociación de Fundaciones Andaluzas, premiando la labor de cooperación internacional del brazo social de Cajamar Caja Rural.

5. Conclusiones

La entidad Cajamar es una caja rural y cooperativa de crédito que ha ido ampliando paso a paso su presencia en la sociedad española a través de un lento proceso de fusiones en el sector, que le han dado una destacada presencia en casi todo el territorio español, y en particular en Andalucía y el Mediterráneo. La responsabilidad social es un eje central de la actividad de la caja, como se pone de manifiesto en sus documentos y políticas, y se concreta en sus Informes de Responsabilidad Social Corporativa y de Sostenibilidad, que son de una calidad superior a lo normal.

Algunas aportaciones de la RSE de Cajamar que merecen una referencia especial son la inclusión de los reguladores, analistas y agencias de rating entre sus grupos de interés; la política de compras responsables de la entidad, que busca asegurar que sus proveedores respetan los principios éticos establecidos por el Pacto Mundial; su acceso a sellos de responsabilidad específica en materia de empoderamiento de las mujeres y de respeto a la diversidad; o la difusión de su política de responsabilidad mediante un blog ad hoc.

REFERENCIAS

- Cajamar (2012): *Informe de Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad, 2011*. En <http://www.cajamar.es>
- Cajamar (2012): *Código de conducta del Grupo Cajamar. RRHH/RSC*. En <http://www.cajamar.es>
- Fundación Cajamar (2012): *Memoria 2011*. En <http://www.cajamar.es>
- Grupo Cooperativo Cajamar (2012): *Informe Anual 2011*. En <http://www.cajamar.es>
- Monzón Campos, J.L. (Director) (2010): *La economía social en España en el año 2008. Ámbitos, magnitudes, actividades y tendencias*. CIRIEC España, Valencia.

FICHA BÁSICA DE CAJAMAR

Denominación	Cajamar Caja Rural, Sociedad Cooperativa de Crédito
Tipología	Cooperativa de crédito
Creación	2000
Sede social	Plaza de Barcelona, 5. 04006 – Almería
Teléfono	902 20 60 20
Página web	www.cajamar.es
Contacto electrónico	cajamar@grupocooperativocajamar.es
Presidente/a	D. Juan de la Cruz Cárdenas Rodríguez
Consejero Delegado	D. Manuel Yebra Sola
Responsable de RSE	Javier Dueñas Selma
Activos totales (año)	30.198,1 Millones de euros (2011)
Créditos a la clientela, saldo (año)	25.075,8 Millones de euros (2011)
Empleo (año)	5.432 (2011)
Socios/as (año)	1.200.000 (2013)
Resultado del ejercicio (año)	44,4 Millones de euros (2011)

2.7 Consum



1. Introducción

Consum, Sociedad Cooperativa Valenciana, es una cooperativa integrada por socios trabajadores y consumidores, que por su volumen económico y de empleo se sitúa actualmente como la mayor cooperativa de la Comunidad Valenciana y del arco mediterráneo, así como una de las primeras empresas del sector de la distribución en España.

La entidad se creó en 1975 como una cooperativa de consumo, con la apertura de su primer establecimiento en Alaquàs (Valencia) y un colectivo inicial de 600 socios consumidores.

Desde 1975 a la actualidad, el desarrollo de Consum ha sido extraordinario. Así, el colectivo de socios consumidores de la entidad asciende en 2011 a 1.695.000 personas; su plantilla se compone de 10.103 trabajadores y trabajadoras, con un aumento de casi mil trescientos puestos netos de trabajo sobre los existentes en 2008, cuando estalla la crisis económica en España. El grueso de su empleo se compone de socios y socias de trabajo, que en 2011 ascienden a un total de 8.955. Consum cuenta en 2011 con 595 centros comerciales, repartidos en tres categorías: Supermercados Consum, que son los de mayor dimensión; Supermercados Consum Bàsic, de menor superficie comercial; y las tiendas franquiciadas Charter.

A partir de su modesto origen en apenas una localidad obrera del cinturón de Valencia, la cadena ha ido extendiéndose hasta estar presente en la gran

mayoría de poblaciones de la Comunidad Valenciana, así como en un numeroso conjunto de poblaciones de Cataluña, Murcia, Castilla-La Mancha, Aragón y Andalucía.

2. Modelo de actividad

La entidad define su visión como la de ser una cooperativa independiente, innovadora, honesta y sostenible en la que comprar con capacidad de elección y buenos precios, convirtiéndose en un modelo de empresa referente en el sector de la distribución.

Los instrumentos mediante los cuales la cooperativa trata de alcanzar su misión e implementar su visión son los de escuchar al cliente, a los trabajadores, a los proveedores y al entorno social en que se mueve, aportando productos, formación, información, bienestar, desarrollo y sostenibilidad y responsabilizándose de sus actividades con compromiso, honestidad y respeto. De manera que tanto en la definición de la visión de la empresa como en su mapa de valores se encuentra ya una referencia clara a la sostenibilidad de la misma y a su responsabilidad social.

Con tales premisas, la cooperativa Consum alcanzó en 2011 una facturación total de 1.754,5 millones de euros, un 4,7% más que el ejercicio precedente, y unos resultados positivos cifrados en 35,6 millones, un 10,6% más que el año anterior. Todo ello, en un año muy complicado para los consumidores españoles, y tras haber efectuado inversiones por un importe de 95,3 millones de euros, destinadas principalmente a la apertura de nuevos supermercados y a la construcción de la mayor plataforma logística de la organización, situada en Las Torres de Cotillas (Murcia). La cooperativa dispone en la actualidad de siete plataformas de distribución, situadas en la Comunidad Valenciana, Cataluña y Murcia.

En el modelo de actividad de Consum existen muchos aspectos relevantes, de los cuales destacan tres de ellos para los fines del presente estudio: su extensión geográfica, su política de marca propia, y sus garantías en materia agroalimentaria. Así, la entidad ha ido consiguiendo, mediante políticas de adquisiciones, inversiones propias y franquicias, una progresiva extensión en el territorio al que sirve, que cubre actualmente un área básicamente mediterránea, si bien poco a poco está extendiéndose asimismo a toda Andalucía y, en menor medida, a otras Comunidades Autónomas. Un

segundo aspecto destacado es su extensa oferta de productos de marca propia, con una calidad reconocida por los consumidores, y que en 2011 alcanzaba un total de 1.340 referencias, con una participación en valor del 18,8%. En tercer lugar, Consum practica una cuidada selección de sus proveedores, hasta el punto de que más del 90% de los proveedores de productos frescos y refrigerados cuentan con certificaciones de calidad que garantizan el respeto del medio ambiente en sus actuaciones, así como absolutas garantías en materia de Seguridad Alimentaria.

3. Responsabilidad social en Consum

La política de RSE de Consum viene definida en un documento específico, *Política de Responsabilidad Social de Consum* (que contiene la política global de sostenibilidad de la cooperativa y, por tanto, en sus tres vertientes: social, económica y medioambiental), disponible en la página web de la cooperativa. Los resultados prácticos de esta política se exponen anualmente en la Memoria de Sostenibilidad elaborada anualmente siguiendo la metodología del Global Reporting Initiative (GRI), y que en 2011 alcanzó ya su sexta edición. Además, la organización dispone de una variedad de documentos escritos en los que fija su posición sobre distintos temas muy relacionados con la RSE, como son su Política de prevención de riesgos laborales, su Política ambiental, su Compromiso en materia de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, o su Compromiso de empresa familiarmente responsable.

En lo que se refiere a la dimensión económica de la RSE, Consum señala que su actuación está guiada por criterios de sostenibilidad, basando sus decisiones en el intento de lograr el éxito a largo plazo de la organización con una permanente actuación innovadora; y que en el marco de su política de calidad, ofrece a sus socios y clientes productos sanos, saludables, seguros, útiles y en unas condiciones adecuadas. La actividad de la organización se orienta a las personas y no simplemente a la consecución de objetivos financieros, manteniendo abiertos canales de comunicación, información y formación que permiten a la entidad recoger las opiniones y demandas de tales personas, e impulsar así acciones socialmente responsables que respondan a sus expectativas.

De manera más concreta, los objetivos económicos para 2012 formulados por Consum en su Memoria de Sostenibilidad de 2011 tienen un contenido más comercial en unos casos (por ejemplo, reducir el stock medio de la organización en dos días, o aplicar un nuevo modelo de perfumería y bazar en una muestra de tiendas piloto), y más social en otros, como pueden ser los de incrementar el valor del “cheque regalo” un 30% (reforzando así este sistema de estímulo y fidelización de la clientela), o alcanzar un 75% de participación de los socios-clientes en las ventas de la cooperativa.

En la dimensión social, la política de Consum es la de ofrecer puestos de trabajo estables, seguros y de calidad, dotados de salarios competitivos; favoreciendo la iniciativa, la autonomía, la creatividad y la participación; estimulando la participación en los órganos de la organización, y creando un clima de confianza basado en una relación abierta y una comunicación activa y transparente. Asimismo, Consum promueve la formación de las personas que trabajan en la cooperativa, posibilitando una mejora en su desarrollo personal y profesional, y vela por la igualdad de oportunidades sin ningún tipo de discriminación.

La entidad persigue la aplicación plena del principio de igualdad de oportunidades en todos y cada uno de los ámbitos en los que se desarrolla su actividad. A través del Plan de Igualdad, fomenta y evalúa las medidas que contribuyen a avanzar en la consecución de la igualdad real entre mujeres y hombres en la organización. Dispone para ello de un sistema de gestión de la conciliación de la vida familiar y laboral basado en los valores de Empresa Familiarmente Responsable, del que se benefician todas las personas que trabajan en la Cooperativa y que permite, desde la figura del Comité de Igualdad y Conciliación, definir las medidas que más favorezcan sus necesidades.

A partir de los planteamientos anteriores, algunos indicadores concretos de la calidad de la política social de Consum son los siguientes: el 89% de su plantilla se cubre en 2011 con personal socio; tan solo un 3% de la plantilla se cubre con trabajo temporal; las mujeres, que son un 75% de la plantilla, representan asimismo un 75% en la Asamblea, un 67% en el Consejo Rector, y un 50% en el Consejo Social; y los contratos a tiempo completo suponen un 81% del total.

Como resultado de su política social, destaca asimismo que Consum ha llevado a cabo en 2011 la publicación de su Catálogo ‘Más de 50 Medidas para

Conciliar', que se enmarca en el Plan de Conciliación e Igualdad de la cooperativa iniciado en 2007; así como que en el citado ejercicio la entidad ha realizado un gasto total en conciliación laboral de 5,3 millones de euros, con una media de 529 euros anuales por persona empleada. En cuanto a los objetivos en materia social interna para 2012, destacan los de generar al menos 300 nuevos puestos de trabajo, en base a la política de empleo estable y de calidad; y ampliar el certificado de Empresa Familiarmente Responsable, EFR, a 198 centros de trabajo más, hasta llegar a los 370 centros certificados.

En lo referente a la dimensión ambiental, la entidad dispone de una política escrita específica, evalúa los posibles impactos medioambientales derivados de su actividad, y promueve actuaciones respetuosas con el medio ambiente a través de la definición de objetivos y metas que contribuyan a evitar o minimizar dichos impactos. Para ello, impulsa la responsabilidad ambiental también entre sus proveedores; promueve iniciativas relacionadas con la sensibilización ambiental, tanto en el colectivo de sus trabajadores como de sus consumidores; y lleva a cabo actividades de formación e información propias, o en colaboración con otras entidades, tendentes a mejorar su comportamiento ambiental, evitando en lo posible la generación de cualquier tipo de residuo o impacto que pueda afectar a su entorno.

Como resultado de esta política medioambiental, destacan algunos indicadores e iniciativas de Consum. Así, por ejemplo, la cooperativa ha implantado una herramienta de cálculo de la huella de carbono con el objetivo de conocer mejor su impacto en el entorno; herramienta que le permite afirmar que sus medidas de ahorro de recursos naturales y de recuperación de residuos llevadas a cabo en 2011 han disminuido en un 16% las emisiones de CO₂ a la atmósfera respecto del ejercicio anterior. Para el ejercicio 2012, Consum se fijó el objetivo de reducir su huella de carbono en un 5%, para lo cual se dispone a aplicar distintas medidas tendentes a reducir materiales de envases y embalajes, y ahorrar recursos naturales en base a sistemas ecoeficientes.

En cuanto a la acción social externa a la empresa, la entidad se esfuerza en impulsar el desarrollo económico de su entorno más inmediato, principalmente en el ámbito cultural, solidario, ambiental y educativo, y en fortalecer los procesos de diálogo para crear un ámbito de trabajo basado en la colaboración y en la proximidad. En igualdad de condiciones de sumi-

nistro, impulsa progresivamente el uso de recursos de los territorios donde actúa comercialmente, dando preferencia a estas empresas. Por otro lado, la entidad se muestra como especialmente abierta al desarrollo de actividades de intercooperación con otras empresas de la Economía Social.

En concreto, Consum ha colaborado en 2011 en más de un centenar de proyectos sociales externos en todas las comunidades en las que se encuentra presente. Entre los proyectos respaldados por Consum, cabe citar su colaboración con, por orden alfabético: Afanoc (Asociación de Familiares y Amigos de Niños Oncológicos de Cataluña), Asociación Española contra el Cáncer, Asociación de Parkinson, Aspanión (Asociación de Padres de Niños con Cáncer), Asprona (Asociación pro Personas con Discapacidad Intelectual), Bancos de Alimentos, Cáritas, Cruz Roja, Fundación Asindown (afectados por el Síndrome de Down), Intermón Oxfam, Pupaclown (asociación de payasos de hospital), o Unicef (Champions for África), así como numerosos proyectos sociales con organizaciones de consumidores y con los ayuntamientos de las localidades en las que Consum está presente

Cabe señalar, por otra parte, que Consum se adhirió en 2011 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, una plataforma que favorece la sostenibilidad empresarial mediante la implantación de diez principios universales de conducta y acción (en materia de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente, y lucha contra la Corrupción) en la estrategia y las operaciones diarias de todo tipo de entidades.

Finalmente, destaca, de entre las acciones que desarrolla en materia de política de sostenibilidad social, el programa "PROFIT", de gestión responsable de alimentos. Este programa (que, básicamente, consiste en la donación de alimentos a entidades sociales o benéficas para su reparto a personas necesitadas), ha supuesto la donación, solamente en el año 2012, de más de 1.000.000 de kilogramos, por un valor aproximado de 3,5 millones de euros. En el citado programa se encuentra ya incluidos más del 90% de la totalidad de los supermercados propios de la cooperativa, y supone la recogida diaria de alimentos (tanto perecederos como no perecederos) que, estando próximos a su fecha de caducidad, pero en perfecto estado de consumo y con plenas garantías para su consumo, son retirados unos días antes para ser donados, y son recogidos por las entidades con las que se formaliza el correspondiente convenio (Cáritas, Cruz Roja, Casa Caridad, etc.). Estos productos van destinados a la alimentación diaria de las más de 600.000

personas que se han beneficiado de este programa durante el año 2012. Igualmente, y además, el programa incluye dos tipos de acciones más: la donación de productos (fundamentalmente de alimentación seca), directamente desde las plataformas de distribución a los diversos Bancos de Alimentos con los que Consum colabora (productos que se enviarían al supermercado pero que, por tener algún golpe en su envase, se decide no comercializar y su destino directo a donación), así como la donación de toda la materia prima (carne y pescado) que se utiliza por Consum en sus Escuelas de Frescos.

4. Impacto social y reconocimientos

La integración de Consum en su entorno es notablemente intensa, y se produce a varios niveles. Como Cooperativa, es miembro de la Federación de Cooperativas de Consumo de la Comunidad Valenciana y de la Federación de Cooperativas de Consumo de Cataluña, que constituyen sus referencias cooperativas sectoriales más próximas; a las que hay que añadir su integración en Hispacoop (Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios), y en Asces (Asociación para la Cooperación de la Economía Social, compuesta actualmente por Anecoop, Consum, Florida y Grupo Sorolla). Además, figura como miembro de pleno derecho en una variedad de organizaciones típicamente empresariales, como Asedas (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados), Asucova (Asociación de Supermercados de la Comunidad Valenciana), Fedacova (Federación Empresarial de Agroalimentación de la Comunidad Valenciana), Asumur (Asociación de Supermercados de la Región de Murcia), Asucam (Asociación de Supermercados de Castilla-La Mancha), CEV (Confederación Empresarial Valenciana), CIERVAL, Aecoc (Asociación multisectorial de fabricantes y distribuidores responsable de la implantación del código de barras, el RFID, el EDI y la factura electrónica), Logistop (Plataforma Tecnológica en Logística Integral, Intermodalidad y Movilidad), ADL (Asociación para el Desarrollo de la Logística (ADL), las Cámaras de Comercio en las provincias donde está implantada, y otras diversas.

Más allá de sus intereses directos de tipo empresarial general o de carácter cooperativista en particular, Consum es miembro de un amplio grupo de entidades a las que presta apoyo, tales como la Fundación Ètnor (dedicada al desarrollo e implementación de la ética en empresas y organizaciones y

la responsabilidad social de la empresa), la Fundación de Estudios Bursátiles y Financieros (entidad valenciana dedicada a la difusión de la cultura bursátil y financiera), la Fundació Catalunya-Comerç (una institución de la que forman parte asociaciones, sindicatos, empresas y personas que desean participar en la detección las demandas de innovación en el sector comercial), Ainia (Asociación Valenciana de Investigación de la Industria Alimentaria), Fundación Sabor y Salud, Fundación GEA, y otras entidades diversas. Igualmente, forma parte del Patronato de la Fundación Universitat-Empresa de la Universidad de Valencia (ADEIT), colaborando también con la Universidad Politécnica de Valencia, en la que financia una Cátedra, concretamente la “Cátedra Consum”.

Entre los reconocimientos sociales más recientes recibidos por Consum, destaca que en el ejercicio 2011 la cooperativa recibió el Premio Estrategia del Club de Marketing Valencia, el Primer Premio Conciliación de la vida laboral y personal del Ayuntamiento de Villena (Alicante), y la entidad fue distinguida por sus buenas prácticas empresariales por la Fundación Nova Feina (entidad valenciana que promueve la incorporación social y el acceso al mercado de trabajo de personas desocupadas, con una atención especial a quienes están en situación de exclusión social).

5. Conclusiones

Consum es el caso de una cooperativa de trabajadores y usuarios que en relativamente poco tiempo ha alcanzado una dimensión muy destacada en el mercado nacional de distribución al por menor, en el que actúa aportando la perspectiva de la economía social y los valores que ello comporta.

En la responsabilidad social empresarial de Consum destacan su capacidad de creación de empleo de calidad, su política de conciliación de la vida familiar y profesional de sus trabajadores, y su política de prevención, reducción y reciclaje de residuos medioambientalmente perjudiciales. La cooperativa se encuentra inserta en su entorno sectorial y social desde múltiples iniciativas asociativas, a las que apoya de manera sistemática y que le proporcionan una gran visibilidad ante los consumidores en particular y ante la sociedad en general. Su memoria de sostenibilidad, elaborada con la metodología GRI, es particularmente detallada en las cuestiones medioambientales y sociales.

REFERENCIAS

- Consum (2012): *Política de responsabilidad social de Consum, SCV*. En http://www.consum.es/consum-doc/general/Politica_resp_social.pdf
- Consum (2012): *Cooperar es ganar para compartir. Memoria de Sostenibilidad, 2011*. <http://www.consum.es/consum-doc/revista/memoria/index.html>
- Deloitte (2010): *La Cooperativa Consum: Un caso de éxito en la gestión de las personas*. Revista Consumo Valor.
- Monzón, J. L. (2010): *La Economía Social en España en el año 2008. Ámbito, magnitudes, actividades y tendencias*. CIRIEC, Valencia.
- SABI (2012). *Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. Consum S. Coop*. En <http://sabi.bvdep.com>

FICHA BÁSICA DE CONSUM

Denominación	Consum, S. Coop. V.
Tipología	Cooperativa de trabajadores y consumidores
Creación	1975
Dirección	Avda. Alginet, 1. (46460) Silla, Valencia
Teléfono	96 197 40 00
Página web	www.consum.es
Contacto electrónico	consumcooperativa@consum.es
Presidente/a	Francesc Llobell Mas
Director/a General	Juan Luis Durich Esteras
Responsable de RSE	Francisco Javier Quiles Bodí (Director de Relaciones Externas)
Facturación (año)	1.754,45 millones euros (2011)
Empleo (año)	10.103 (2011)
Socios/as de consumo (año)	1.695.669 (2011)
Socios/as de trabajo (año)	8.955 (2011)

2.8. Coopinte



1. Introducción

La entidad Cooperación y Desarrollo de Bonares, COOPINTE, es una cooperativa andaluza de integración social, constituida por seis entidades socias: la Sociedad Cooperativa Andaluza “Hortofrutícola de Bonares” (BONAFRU), creada en 1983; la Sociedad Cooperativa Andaluza Industrial de Transporte “San Cristóbal”, creada en 1976; la Sociedad Cooperativa Andaluza de Consumo “San Francisco de Borja” (COBORJA), creada en 1970; la Autoescuela Rábida, Sociedad Cooperativa Andaluza, creada en 1958; la Mancomunidad de Desarrollo del Condado de Huelva, con sede en Bonares, y creada en 1991; y el Ayuntamiento de Bonares. El presidente de COOPINTE, D. Juan Antonio García García, es en la actualidad el alcalde de Bonares, un municipio onubense de unos 6.200 habitantes, con gran tradición cooperativa.

COOPINTE fue en el momento de su constitución, en el año 1999, la primera cooperativa de integración surgida en la Comunidad andaluza (son cooperativas de integración, según la Ley 2/1999, de 31 de marzo, de Sociedades Cooperativas Andaluzas, vigente hasta el 20 de enero de 2012, las que agrupan a cooperativas y a entidades o personas jurídicas, públicas o privadas, para el cumplimiento y desarrollo de fines económicos comunes, que en este caso son de carácter social).

Las cooperativas de Bonares han sido expuestas en varias ocasiones como ejemplos de creación de riqueza y de empleo en la provincia, tanto por su

notable arraigo, al sumar más de 2.000 personas socias, como por su aportación al empleo (más de 200 empleados y empleadas) y por su actividad económica, estimada en una facturación anual de más de 25 millones de euros al año.

La aportación de COOPINTE y del grupo en que se inserta es, pues, una contribución significativa a la economía social de la provincia de Huelva, que en 2010 alcanzaba un total de mil empresas sumando cooperativas y sociedades laborales, y un empleo acumulado de alrededor de 15.000 personas, de las cuales más del 62% eran mujeres.

La misión de la cooperativa COOPINTE ha sido definida por la propia entidad como la promoción, coordinación, integración y defensa de los intereses de orden económico de las entidades asociadas. Actividades todas ellas con un especial arraigo en el territorio, que en este caso es el de la comarca del Condado de Huelva, conformado por los municipios de Almonte, Beas, Bollulllos Par del Condado, Bonares, Chucena, Escacena del Campo, Hinojos, La Palma del Condado, Lucena del Puerto, Manzanilla, Niebla, Paterna del Campo, Rociana del Condado, Trigueros, Villalba del Alcor y Villarrasa. La comarca agrupa, pues, a dieciséis municipios, y a unos 100.000 habitantes en total.

Bonares, con 6.189 habitantes en 2011, es una ciudad situada a apenas treinta kilómetros de Huelva. El cooperativismo protagoniza la vida socio-económica de Bonares desde hace más de 40 años, cuando ante la crisis de la década de los 70, surgieron las primeras cooperativas local basada en la cohesión social y el desarrollo económico local.

Así comenzó a funcionar, por ejemplo, la Cooperativa de San Francisco de Borja (Coborja), que en sus inicios se fundó como una panadería que ofrecía alimentos de primera necesidad a un precio accesible. Hoy es un supermercado que, como cooperativa, aglutina a más de mil socios de consumo, en una gran variedad de artículos: alimentación, limpieza, electrodomésticos, ferretería, textil, etc.

2. Modelo de actividad

En las actividades realizadas por COOPINTE a lo largo de sus trece años de vida es posible apreciar varios sectores: la provisión de más y mejores servicios (seguros, telefonía, prevención de riesgos laborales, farmacia, óptica,

etc.) a disposición de sus asociados y asociadas, aprovechando el poder de mercado que ofrece al grupo su dimensión conjunta; el impulso a la formación profesional de los trabajadores y trabajadoras de las entidades a las que sirve; la difusión y diseminación de información relevante para los sectores y colectivos en que trabaja; y la promoción del cooperativismo y la economía social.

En lo relativo a la provisión de servicios por parte de COOPINTE, la entidad ha firmado distintos convenios con entidades y profesionales de sectores como los de servicios financieros, seguros, mutualismo laboral, telefonía, óptica, farmacia, abogacía y formación, con el fin de facilitar el acceso a tales servicios, en condiciones preferentes, a las personas socias de la cooperativa. Se trata, pues, de movilizar el indudable peso relativo que como demandante de servicios tiene el colectivo asociado a la entidad, mejorando para los socios la relación calidad /precio existente en el mercado ordinario.

Por ejemplo, el convenio con un profesional del derecho ha supuesto, entre otras ventajas, con la de contar con un servicio gratuito de asesoría y consulta jurídica primaria. Además, se consigue también un descuento en los honorarios para los encargos profesionales, de carácter judicial o extrajudicial, a aplicar sobre los baremos orientadores fijados por el Ilustre Colegio de Abogados de Huelva.

Del mismo modo, el acuerdo con una determinada farmacia permite a las personas asociadas a COOPINTE una reducción de costes en la adquisición de productos de Dermofarmacia, Parafarmacia, Dietética y Nutrición Infantil, así como acceder en condiciones preferentes a servicios de asesoramiento, educación sanitaria permanente, podología y ortopedia, a charlas divulgativas y a campañas de control de la tensión y la glucosa, al objeto de prevenir patologías como hipertensión y diabetes.

Otro ejemplo a destacar es el del Acuerdo firmado entre Fremap (Mutua más destacada de España) y COOPINTE, con el fin de conseguir una mejora en la prestación de servicios sanitarios como consecuencia de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, así como una gestión más eficaz de las prestaciones económicas de las contingencias comunes. Fremap, gracias a este acuerdo, designa para todas las entidades socias de COOPINTE un único interlocutor, lo que facilita notablemente a aquellas sus gestiones.

En el ámbito de la formación, se encuentran llevadas a la práctica iniciativas tales como diversos cursos de manipuladores de alimentos, cursos sobre prevención de riesgos laborales en la albañilería, cursos de conducción profesional, cursos de informática (en sus niveles de iniciación y de usuario); las actividades del Centro de Formación de conductores profesionales, o la pretensión de llevar a cabo en Bonares determinadas actividades para la formación de los Consejeros de las Cooperativas.

Por ejemplo, COOPINTE imparte el Certificado de Aptitud Profesional, CAP, para Conductores Profesionales; certificado que desde 2008 es de obligado cumplimiento para todos los conductores profesionales de todos los países de la Unión Europea, del mismo modo que es obligatoria una formación continua de todos los conductores profesionales cada cinco años. Los objetivos finales de esta nueva normativa son los de armonizar la profesión, contribuir a la mejora de la seguridad vial, mejorar la seguridad del conductor, contribuir a la racionalización del consumo de carburante, etc.

En el ámbito de la informática, la cooperativa COOPINTE ha organizado distintos cursos, tanto de iniciación a la red de Internet como de informática de usuario, dirigidos a sus socios y los trabajadores del sector de la economía social. Con tales cursos se trata de formar a personas sin conocimientos en relación con la informática, o ampliar sus conocimientos previos y actualizarlos, debido a la importancia que hoy en día tienen las nuevas tecnologías de la información y las redes sociales. El alumnado de los cursos ha estado formado por personas de distintas edades y de sectores muy variados (construcción, comercio, mecánicos, amas de casa, etc.).

En otro orden de cosas, mediante un convenio entre el Ayuntamiento de Bonares y la Fundación Cajamar se pretende trasladar a la comarca la actividad de la Escuela de Consejeros de esta Fundación, que tiene como principal objetivo la promoción de la formación y de las buenas prácticas de gobierno corporativo entre los consejos rectores de las cooperativas, contribuyendo a la creación de un marco idóneo para la toma de decisiones en un entorno cada vez más competitivo y sometido a un mayor grado de incertidumbre. Entre los cursos previstos se encuentran, por ejemplo, los relativos al entorno socioeconómico de las cooperativas, las particularidades de las finanzas cooperativas, la aplicación en el sector de la planificación estratégica, etc.

En lo referente a las actividades de información, la cooperativa dispone, por ejemplo, de determinados servicios jurídicos gratuitos de información y orientación, por ejemplo en lo relativo a los desahucios, un tema de gran actualidad y urgencia para muchas personas de escasos recursos.

La promoción del cooperativismo y la economía social es otra línea de actividad de COOPINTE, que ha colaborado con el CADE (Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial) de Bonares en el desarrollo de las V Jornadas de Innovación en la Economía Social. Se trata con estas actividades de dar información a las empresas asociadas a COOPINTE, y a cualquier otra empresa, así como a nuevos emprendedores, tanto personas físicas como jurídicas, acerca de todos los servicios gratuitos con los que cuenta la Fundación Innoves, Fundación Innovación de la Economía Social, promovida por Cepes Andalucía y Faecta, con el fin de dar respuesta a las necesidades de innovación y desarrollo empresarial que demanda el conjunto de la Economía Social de Andalucía.

La Fundación Cajamar y COOPINTE han llevado a cabo la firma de un convenio marco de colaboración en beneficio de las empresas de Economía Social integradas en la cooperativa. Mediante el Convenio Marco firmado entre ambas entidades se pretende la colaboración conjunta en actividades y proyectos que tengan como objetivos fundamentales el apoyo al sector agroalimentario y el fomento del cooperativismo y de la economía social a través de la capacitación y la formación.

Otro convenio destacado es el firmado por COOPINTE con una empresa proveedora de servicios de formación, mediante el cual se posibilitará la formación de socios y trabajadores, así como de alumnos en general, mediante cursos online o presenciales. El objetivo es el de acceder a los planes de ayuda a la Formación Continua financiados por el Fondo Social Europeo y la Fundación Tripartita, de modo que las empresas de la zona puedan disponer de un crédito anual marcado legislativamente en función de los empleados de la empresa y de la cuantía ingresada por la empresa en concepto de cuota de formación profesional, entre otros factores.

3. Responsabilidad Social de la Empresa

El conjunto del modelo de actividad de COOPINTE supone una aportación positiva a la Economía Social, que en sí misma es ya una manera social-

mente responsable de abordar la base económica de una sociedad. De una manera más concreta, resultan de una especial importancia para el objeto de esta publicación las actividades de formación que COOPINTE lleva a cabo, dirigidas a sectores profesionales con un nivel de cualificación bajo y medio.

Así, por ejemplo, mediante el curso de formación en materia de prevención de riesgos laborales del oficio de albañilería, sus alumnos han podido conocer técnicas preventivas específicas de manera que puedan poner en práctica el plan de seguridad y salud de la empresa y evaluar los riesgos en caso de que no exista plan específico. Asimismo se les ha informado sobre medios auxiliares, equipos y herramientas (andamios, plataformas de trabajo, etc.), sus riesgos y las medidas preventivas necesarias para su uso, tal y como se contempla en la Ley 31/1995, de Prevención de Riesgos Laborales.

Los cursos de Manipulador/a de Alimentos, por su parte, están dirigidos a todas las personas que por su actividad laboral tienen contacto directo con los alimentos o bien desean especializarse en estos temas de cara a una salida profesional. El objetivo básico de los cursos es el de conseguir que todas las personas implicadas en el proceso a lo largo de la cadena alimentaria (producción, preparación, transporte, almacenamiento, etc.) contribuyan con su capacitación a prevenir el riesgo de las enfermedades alimentarias.

Se trata, pues, de formar, proporcionando información clara y de fácil comprensión, a las personas que manipulan alimentos, permitiéndoles conocer los posibles peligros que se asocian a ellos, y por tanto conocer la forma de evitarlos; cumpliendo de este modo lo previsto por el Reglamento 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo de 29 de abril de 2004 relativo a la higiene de los productos alimenticios.

4. Impacto social y reconocimientos

COOPINTE ya fue merecedora del Premio Arco Iris en el año 2000, en la Modalidad "Mejor Experiencia de Integración Cooperativa". Los Premios Arco Iris son unas distinciones anuales mediante las cuales la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía premia a cooperativas andaluzas, personas e instituciones que más se hayan destacado en la defensa y práctica del cooperativismo.

Es significativa, asimismo, la concesión del premio Arco Iris a la Mejor Labor de Fomento del Cooperativismo en 2006, a D. Juan Coronel Martín. Se trata de una persona, antiguo Alcalde de Bonares y Expresidente de COOPINTE, con una larga trayectoria profesional en el ámbito de la economía social andaluza, e impulsor de proyectos destacados en este ámbito, como la Sociedad Cooperativa Andaluza de Consumo San Francisco de Borja. Además, el Ayuntamiento de Bonares, socio de COOPINTE, recibió en febrero de 2012 el Premio Arco Iris a la mejor experiencia de integración cooperativa.

En noviembre de 2011 le fue concedida a la Cooperativa de Integración COOPINTE la medalla de oro de la provincia de Huelva correspondiente a ese mismo año. En la justificación del premio, la institución concedente destacó la importancia que tiene la cooperativa en el desarrollo del territorio en que está inserta y su especial su vinculación con la provincia de Huelva.

Otros premios a destacar en Bonares en relación con la Economía Social son:

- Año 1988 Premio Arco Iris a la “Mejor Cooperativa ” a la S. Coop. And. de Consumo “ San Francisco de Borja “ , socio de COOPINTE.
- Año 1991 Premio Arco Iris “Mejor Investigación Cooperativa ” a D. Manuel Carrasco Carrasco, ilustre vecino de Bonares, Catedrático de Economía.
- Año 1992 Premio Arco Iris a la “Mejor Cooperativa” a la S. Coop. And. “ Hortofrutícola de Bonares “, socio de COOPINTE.
- Año 2004 Premio Arco Iris a la “Mejor Experiencia de Integración Cooperativa ” a la S. Coop. And. “ Hortofrutícola de Bonares “socio de COOPINTE, compartido con otras cuatro Cooperativas.
- Año 2004 Premio Progreso otorgado por la FAMP (Federación Andaluza de Municipios y Provincias) y la Fundación para el Desarrollo de los Pueblos de Andalucía al Ilmo. Ayuntamiento de Bonares, socio de COOPINTE, por su “ Experiencia en Desarrollo Local Sostenible a través de la Economía Social “ desarrollada en el municipio.
- Año 2006 Premio a la Excelencia de la Economía Social otorgado por CEPES-Andalucía a D. Juan Coronel Martín, Alcalde del Ayuntamiento de Bonares en dicho año por su aportación a la Implantación y Desarrollo de la Economía Social.
- Año 2006 Premio “Fresón de Oro” otorgado por la entidad El Monte Caja de Ahorros de Huelva y Sevilla a la S. Coop. And. “Hortofrutícola de Bonares”, socio de COOPINTE.

5. Conclusiones

En Bonares el cooperativismo ha devenido en los últimos cuarenta años en toda una tradición, y es un modelo empresarial que se da en el sector agroalimentario, del transporte, del consumo, etc. La mayor aportación de la cooperativa de integración COOPINTE a este modelo es la de desarrollar un proceso novedoso de intercooperación que reduce los costes y aumenta el beneficio económico y social de las entidades y personas asociadas.

En definitiva, la experiencia trata de aprovechar la dimensión económica y humana del grupo de empresas cooperativas e instituciones que son socias de COOPINTE para proporcionar a las mismas y a sus personas asociadas de base una amplia variedad de servicios en condiciones preferentes.

La conexión entre las actividades de intercooperación de COOPINTE y la Responsabilidad Social Empresarial se produce en la medida en que las actividades de la cooperativa están dirigidas mayoritariamente a empoderar a los sectores sociales del mundo rural de la comarca onubense en la que se inserta la entidad. Ello supone una importante contribución al desarrollo endógeno de este mundo rural, al mantenimiento y mejora del empleo, y a la difusión de la economía social en la zona.

REFERENCIAS

Castillo, C. (2010): "Día Internacional de las Cooperativas". En http://www.psoedehuelva.es/noticia_p1.php?id=1014.

COOPINTE (2012): Dossier electrónico remitido por la entidad.

"Coopinte colabora en la Vª Jornada de innovación en la economía social".
En <http://huelvaya.es/2012/11/19>

"Coopinte fomenta la Integración entre Empresas Cooperativas". En <http://alcaldiadebonares.blogspot.com.es>

FICHA BÁSICA DE LA ENTIDAD

Denominación:	Cooperación y Desarrollo de Bonares, COOPINTE
Tipología	Cooperativa de integración social (intercooperación)
Año de creación	1999
Dirección	C/ Santa M ^a Salomé, 10, bajo. 21830 Bonares (Huelva)
Objeto social	Servicios
Página web	www.facebook.com/COOPINTE
Contacto	coopinte@terra.es
Teléfono	959364043 / 619750809
Presidente	D. Juan Antonio García García
Entidades socias	Seis
Socios/as de base (año)	2.000 (2011, grupo)
Empleo (año)	200 (2011, grupo)
Facturación (año)	25 millones euros al año (2011, grupo)

2.9 Eduvic



1. Introducción

Eduvic SCCL es una cooperativa de trabajo asociado con sede en Hospitalet del Llobregat, en la provincia de Barcelona, que está especializada en atender las necesidades sociales de la infancia, la adolescencia y las familias. Constituida en 1994 por un grupo de seis personas, la cooperativa emplea en 2011 a un conjunto de cien profesionales, entre los cuales se incluye un colectivo de 42 personas socias, tres de las cuales se incorporaron a la empresa en 2011.

La entidad es una cooperativa de iniciativa social, sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es trabajar con los grupos sociales vulnerables a los que atiende tanto a nivel especializado como a nivel preventivo. Desde sus inicios hasta 2011 incluido, la entidad señala que ha atendido a un total de 4.453 niñas y niños y a 3.653 familias; correspondiendo unas cifras de 956 niños y niñas y de 590 familias al ejercicio de 2011.

Como Cooperativa de Iniciativa Social (de acuerdo con los artículos 128 y 129 de la Ley de Cooperativas de Cataluña), la empresa actúa sin ánimo de lucro, porque su finalidad no es el beneficio económico, sino la ayuda y apoyo a la comunidad de la que forma parte; definiéndose a sí misma como una empresa social de proximidad. Cuando la actividad de la cooperativa genera excedentes (21 miles de euros en 2011, por ejemplo), éstos se reinvierten en el crecimiento de la entidad mediante el fortalecimiento de sus proyectos o el desarrollo de otros nuevos.

El ámbito de actuación de la entidad es básicamente el de Cataluña, destacando en particular por su volumen de actividad la ciudad de Barcelona y algunos grandes municipios relativamente cercanos a ella, aunque en algunos ámbitos (formación de profesionales, consultoría, supervisión, investigación) su actuación se extiende también a toda la comunidad hispana.

2. Modelo de actividad

Eduvic define su misión en cuatro puntos: atender a niños, adolescentes y jóvenes en riesgo de exclusión social; ofrecer atención y dar apoyo a las familias con diferentes problemas de relación (entre la pareja, con los hijos, conflictos tras la separación de los padres, familias reconstituidas, etc.); formar, supervisar y asesorar a profesionales e instituciones que trabajen con niños, adolescentes y jóvenes y sus familias; así como elaborar documentos técnicos, guías metodológicas, protocolos y programas de trabajo, para facilitar y garantizar la calidad del trabajo con las personas.

La cooperativa desarrolla sus servicios colaborando con distintas administraciones públicas y entidades privadas. Destacan entre las administraciones públicas a las que sirve el Departamento de Acción Social y Ciudadanía de la Generalitat de Catalunya; la Diputación de Barcelona; los Consorcios de Servicios Sociales de Barcelona y la comarca leridana de l'Alt Urgell; o los Ayuntamientos de Barcelona, Hospitalet de Llobregat y Santa Coloma de Gramenet, entre otros. En cuanto a su trabajo para otras entidades de la iniciativa privada, destacan sus actividades para la Obra Social de la Caixa, la Fundació Barça y el Fútbol Club Barcelona, entre otras.

Eduvic presenta dos áreas de actividad: a) el área de servicios para la promoción, gestión y coordinación de servicios, recursos y programas de apoyo dirigidos a la infancia, la adolescencia, la juventud y las familias, y b) el área de gestión y socialización del conocimiento, para la formación de profesionales, consultoría y supervisión, así como también para llevar a cabo proyectos de investigación orientados a la creación de respuesta a las necesidades sociales emergentes.

En la primera de las dos áreas citadas se lleva a cabo la atención directa de Eduvic a los colectivos sociales que cubre. La cooperativa gestiona la residencia urbana Kairós, en Poble Sec (un barrio del distrito barcelonés de Sants-Montjuïc), que atiende con 20 plazas a adolescentes de 14 a 18 años;

la residencia maternal Antaviana, en l'Hospitalet del Llobregat, con 15 plazas para adolescentes embarazadas y madres sin recursos, con sus hijos; el centro de acogida Talaia, en Barcelona, con 30 plazas para chicas entre 12 y 18 años; el programa Ítaca, mediante el cual Eduvic lleva a cabo el seguimiento de los niños y adolescentes tras su salida de los recursos anteriores (con 16 casos en 2011); y la Plataforma Cruïlla, un servicio de prevención, orientación y apoyo a las familias.

En particular, la Plataforma Cruïlla lleva a cabo sus actividades por medio de tres programas (Cruïlla DGAIA, Cruïlla Lleida Nord y Cruïlla Caixa pro Infancia), financiados por instituciones públicas y privadas y con distinto alcance territorial, sumando 389 personas atendidas en 2011.

Otras actividades desarrolladas por la cooperativa son las relativas al Servicio de Infancia y el Servicio Técnico Punt de Trobada (Punto de Encuentro) del Ayuntamiento de Hospitalet; los servicios Xics de Santa Coloma y Xics del Carmel y Entorn, de prevención, orientación y apoyo para niños, jóvenes y sus familias; y la gestión del equipo de educadores de la escuela deportiva La Masía, del F. C. Barcelona.

En lo relativo al área de socialización del conocimiento, Eduvic dispone de Itinere, una escuela de formación en trabajo social, y de L'H, un modelo terapéutico que la entidad caracteriza como familiar y socioeducativo. Itinere ofrece servicios de formación, supervisión y consultoría social, mediante talleres, seminarios, masters y posgrados, en colaboración con IL3, Instituto de Formación Continua de la Universidad de Barcelona, y Delta SCCL. Por su parte, L'H es un modelo terapéutico en construcción permanente, elaborado por un grupo de 28 profesionales de la cooperativa que ponen en común sus experiencias y necesidades profesionales.

3. Responsabilidad Social Empresarial

Eduvic se adhirió en 2007 al Programa RSE. COOP., un programa para la implantación en el mundo cooperativo de la responsabilidad social de la empresa, puesto en marcha por un amplio conjunto de entidades de la economía social encabezado por la Confederación de Cooperativas de Cataluña. La adhesión de la entidad a ese programa permitió a la cooperativa, según la propia entidad, implementar un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresarial que ha creado un nuevo equilibrio entre las

dimensiones social, económica y empresarial de Eduvic, optimizando su manera de contribuir a la sostenibilidad de su entorno, así como mejorando las prácticas relacionadas con el buen gobierno de la institución.

Tras la citada adhesión, la cooperativa publica su Memoria de Actividad y Responsabilidad Social siguiendo las indicaciones del Global Reporting Initiative, asociación internacional sin ánimo de lucro que establece los principios sobre el contenido y los indicadores que deben contener las memorias de sostenibilidad. También tiene en cuenta para ello un manual específico para las entidades de la economía social editado por esta misma asociación, así como el sistema de indicadores de valor añadido incluido en *“La Guía práctica de Cláusulas Sociales en la contratación pública de servicios sociales y de atención a las personas”*, elaborada por la Mesa del Tercer Sector Social.

En el plano organizativo, la entidad dispone de un Consejo directivo de Calidad y Responsabilidad Social Empresarial, como un espacio de comunicación y participación con todas las direcciones de los diferentes servicios que gestiona. Este Consejo está formado por la Junta Directiva de Eduvic (Directora General, Directora Financiera y de Administración, y Directora Técnica) y los responsables de los distintos servicios; y se reúne con una periodicidad mensual. Ello supone que la Responsabilidad Social constituya una parte integral del sistema de gestión de Eduvic, estableciéndose al respecto unas directrices de gestión con la finalidad de garantizar el cumplimiento de los principios éticos y el respeto a las personas y el medio ambiente.

Los grupos de interés que Eduvic establece en su Memoria de 2011 son siete: personas socias; personas trabajadoras no socias; clientes internos; clientes promotores; colaboradores; proveedores; y comunidades local y sociedad en su conjunto. Para ordenar sus políticas y actuaciones concretas en materia de RSE, la entidad las presenta agrupadas según la conocida distinción entre sus dimensiones económica, social y medioambiental.

En la vertiente económica, Eduvic desarrolla una política que posibilita la gestión eficiente y transparente de la entidad a la vez que busca un crecimiento sólido y solvente de la misma. Un ejemplo concreto de transparencia es la publicación íntegra del informe de auditoría del ejercicio 2011 en la página web de la cooperativa, que permite que los grupos de interés de la misma puedan conocer y valorar con rigor la evolución económica de la entidad.

De los datos económicos de Eduvic en los últimos años destaca que los gastos salariales suponen el 73% de los ingresos totales anuales de la entidad, lo que se corresponde con el carácter altamente intensivo en trabajo de los servicios sociales que proporciona a sus entidades asociadas y a sus beneficiarios finales. El margen entre ingresos y gastos de personal se cubre casi en su totalidad mediante el apartado de suministros, dejando un pequeño remanente anual, como ya se ha comentado.

En lo relativo al componente social de la RSE, Eduvic presenta algunos rasgos muy positivos: el alto porcentaje de empleo femenino, un 63% de la plantilla total en 2011; la amplia generalización de la contratación indefinida, que cubre al 100% de las personas socias y a un 54% del resto de su plantilla; el trabajo a jornada completa en el 100% y el 89% de la plantilla socia y no socia, respectivamente; y la reducción paulatina del ratio salario más elevado /salario más bajo, entre 2009 y 2011.

Eduvic dispone de un Plan de Conciliación Laboral cuyo objetivo es dar a conocer a sus trabajadores las medidas existentes en lo relativo a la conciliación de la vida personal y laboral con el fin de favorecer y promover su aplicación. Existe una persona en la entidad que se encarga de gestionar las medidas de conciliación, a la que cada miembro de la empresa puede hacer llegar sus propuestas. La totalidad del equipo puede acogerse estas medidas de conciliación, excepto en los casos en los que la exigencia de atención directa continuada no permite la aplicación de algunas medidas de flexibilidad laboral.

Entre las medidas de flexibilidad laboral aplicadas en Eduvic, cabe citar las permutas de turno de trabajo y de vacaciones, la inclusión del teletrabajo en el cómputo mensual de horas de trabajo, la reducción de jornada para atender curas de familiares, la posibilidad de compensar las horas no trabajadas a lo largo de la jornada, de la semana o del mes; etc. En materia de permisos y otros servicios, destacan en la cooperativa medidas como la posibilidad de concentrar las vacaciones y los días personales en el permiso de paternidad, o el establecimiento de un número de horas de formación dentro de la jornada laboral que supera el establecido en el convenio del sector.

Respecto de la política de igualdad de género, Eduvic se encuentra muy sensibilizada, pues no en vano la cooperativa tiene sus orígenes en una iniciativa empresarial de un grupo pequeño de personas, cuatro de ellas

mujeres. En su Plan de Igualdad, la cooperativa promueve la igualdad de oportunidades; la no discriminación, tanto contractual como retributiva es un rasgo esencial de su política de contratación; las retribuciones están definidas según categorías profesionales que no hacen distinciones entre géneros; y el porcentaje de mujeres es superior al de hombres, tanto en el total de la plantilla como entre los cargos directivos. En la realización de su Plan de Igualdad, la entidad declara haberse inspirado en la “Guía para el diseño y la implantación de un plan de igualdad de oportunidades en las empresas” del Institut Català de les Dones.

En lo relativo al medioambiente, EDUVIC concreta sus acciones de respeto y protección al medio ambiente mediante la implantación desde 2007 de un Programa de Gestión Medioambiental. Sus compromisos se extienden a las empresas que colaboran con la cooperativa. La cooperativa publica en sus memorias su consumo de energía eléctrica, agua, gas natural, papel, gasoil, tóner y cartuchos de tinta, y lo hace por lo general desagregando este consumo entre los distintos centros en los que lleva a cabo su actividad. De la misma manera, publica sus datos acerca de los residuos que genera, ya sean de papel y cartón, envases y plásticos, materia orgánica, vidrio, aceites y materiales de rechazo, y las acciones desarrolladas para aumentar la sensibilidad de su plantilla respecto de estas cuestiones (indicando incluso en sus memorias los centros de la empresa en la que se producen mejoras significativas y los que no lo hacen).

4. Impacto social y reconocimientos

La cooperativa se muestra muy activa en el desarrollo de lazos de cooperación con otras instituciones sociales de su sector. Algunas de las entidades con las que colabora más intensamente son la Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado (FCTC); la Federación de Entidades de Atención a la Infancia y la Adolescencia (FEDAIA); la Taula del Tercer Sector Social; y la Asociación Catalana de Empresas de Iniciativa Social.

En la Memoria de Eduvic puede consultarse la gran variedad y calidad de sus actividades de promoción y difusión de la inclusión social, bajo la forma de docenas de charlas, mesas redondas, debates, proyectos en colaboración, participación en medios de comunicación, etc.; y todo ello a escala por lo general local y comarcal.

La entidad no recibe muy a menudo premios u otros reconocimientos formales, pues en su sector los premios y reconocimientos que realmente importan son la satisfacción de sus clientes internos y de sus clientes promotores, en este caso reconocidos por el establecimiento de nuevos encargos y el mantenimiento de los existentes. Aun así, puede citarse como ejemplo que Eduvic recibió en octubre de 2007 un premio de Obra Social de Caixa Sabadell por el proyecto “Cruïlla: Servicio de Apoyo a las Familias”, premio que se concretó en una ayuda económica para el proyecto de 5.000 euros.

5. Conclusiones

La cooperativa de trabajo asociado Eduvic gestiona distintos servicios de inclusión social relacionados con la infancia, la juventud y las familias en diversas poblaciones catalanas, y a través de su escuela de formación Itinere lleva a cabo distintos tipos de cursos de especialización en el sector de la inclusión social. La entidad ha conseguido un aumento destacado del empleo a lo largo de los casi veinte años que lleva funcionando, y se ha convertido en un gestor preferente de una buena parte de las actividades llevadas a cabo en su sector por distintas administraciones públicas regionales y locales, así como por destacadas instituciones sociales dependientes de la iniciativa privada.

La responsabilidad social de la cooperativa ha sido explicitada y puesta en práctica sobre todo a raíz de la participación de la misma en el Programa RSE. COOP, dirigido por la Confederación de Cooperativas de Cataluña. Esta participación le ha llevado a exponer sistemáticamente en sus Memorias anuales sus avances en las dimensiones económica, social y medioambiental de la RSE. Entre tales avances, cabe destacar la publicación íntegra del informe de auditoría de la cooperativa y de sus cuentas; la aplicación de un Plan de Conciliación y de un Plan de Igualdad que detallan las medidas y recursos disponibles para ello en la empresa; y la exposición detallada de sus consumos físicos, los residuos generados y los avances en su reciclaje. Además, Eduvic lleva a cabo una amplia variedad de actividades de promoción de la inclusión social en el territorio, para lo cual forma parte de una densa red de instituciones sociales próximas a sus fines.

REFERENCIAS

Eduvic (2012): *Memòria 2011 d'activitat i Responsabilitat Social. Posant tot el que som*. En www.eduvic.coop

Eduvic (2012): *EDUVIC amb l'Any Internacional del Cooperativisme 2012*. En <http://www.coop2012.cat>

Itinere (2012): *El model*. En <http://www.itinere.coop>

Observatori de la responsabilitat social de les empreses (2012): *Cooperativa Eduvic, SCCL*. En <http://www.observatori-ctesc.cat>

FICHA BÁSICA DE LA ENTIDAD

Denominación	Eduvic, SCCL
Tipología	Cooperativa de Trabajo Asociado de iniciativa social, sin ánimo de lucro
Año de creación	1994
Sede social	C/ Anselm Clavé, 12. Hospitalet de Llobregat. Barcelona, 08902
Teléfono	93 332 00 12
Página web	www.eduvic.coop
Contacto electrónico	marta.gallardo@eduvic.coop
Presidenta	Adela Camí i Dealbert
Directora General	Adela Camí i Dealbert
Ingresos (año)	4,6 millones de euros (2011)
Excedente anual (año)	21,1 miles euros (2011)
Empleo (año)	100 (2011)
Personas asociadas (año)	42 (2011)

2.10 Enercoop



1. Introducción

Enercoop es un grupo empresarial creado en 2006, dedicado básicamente a actividades de producción, comercialización y distribución de energía, y radicado en el municipio de Crevillent (Alicante). El grupo tiene como matriz a la Cooperativa Eléctrica Benéfica San Francisco de Asís, de esta misma ciudad, y se creó integrando las empresas filiales y participadas por esta cooperativa que operan en distintas áreas del mercado energético.

La cooperativa matriz forma parte del cooperativismo de consumo, y fue creada en 1925 por un grupo de industriales básicamente del sector textil (cuyo proceso productivo es relativamente intensivo en energía eléctrica) y de usuarios domésticos, que decidieron unirse para tratar de reducir los precios abusivos que imponían las grandes empresas eléctricas de la época.

La cooperativa eléctrica San Francisco de Asís se autodefine como la de mayor dimensión e importancia de Europa en la actualidad por su número de socios y el valor de sus instalaciones; liderando un sector industrial que se compone de una veintena de cooperativas eléctricas en España, de las cuales la mayoría tienen su domicilio social en la Comunidad Valenciana.

En efecto, en 2010 existían en la Comunidad Valenciana, según datos del Observatorio Valenciano de la Economía Social, un total de dieciséis cooperativas eléctricas, con más de 44.000 personas socias, una facturación de 17,7 millones de euros, y un empleo de 81 personas. Se trata de cifras

de cierta importancia en el entorno local de este tipo de cooperativismo (municipios de dimensión población reducida o como máximo media), aunque poco destacadas en el conjunto nacional. No sucede así, por ejemplo, en los Estados Unidos, donde se refiere la existencia de 900 cooperativas de eléctricas de consumidores o de trabajo, que agrupan un total de 36 millones de miembros.

En la actualidad, el número de socios de la cooperativa supera, según las memorias de la empresa, las 14.000 personas. La empresa presenta beneficios anuales de manera continuada, habiendo conseguido en 2010 un excedente cooperativo de 1,2 millones de euros. Además, su actividad ha permitido un ahorro cooperativo para sus socios (menores costes de la energía para ellos) de 1,5 millones de euros; y la cooperativa mantiene una obra social considerable en su entorno. Todos estos factores muestran una vocación de responsabilidad social empresarial que resulta particularmente atractiva por referirse a un sector tan oligopolizado como el de la energía, en el que la cooperativa mantiene una clara vocación de impulso a las energías alternativas y sostenibles.

2. Modelo de actividad

El grupo Enercoop se compone de un total de 14 empresas participadas mayoritariamente por la cooperativa. Se trata de empresas radicadas en gran medida en Crevillente, pero también de empresas de otras provincias españolas, como Almería y Murcia, e incluso de otros países (Portugal y República Dominicana). Estas empresas participadas presentan, por lo general, la forma jurídica de Sociedad Limitada, y cubren distintas actividades de producción de energía hidráulica, cogeneración de electricidad, aprovechamiento energético, energía solar, o energía fotovoltaica. Además, la cooperativa matriz mantiene una participación minoritaria en una empresa eléctrica de Caldes de Montbui, en Barcelona.

Los objetivos generales del grupo son los de alcanzar la máxima eficiencia tanto en su modelo empresarial como en la atención a sus usuarios; defender las fuentes energéticas renovables; y desarrollar una amplia variedad de proyectos sociales (educativos, culturales, lúdicos, etc.), en particular con los colectivos sociales más vulnerables.

El objeto social específico de la Cooperativa, por su parte, es la distribución de energía, así como la construcción, mantenimiento y operación de las instalaciones de distribución destinadas a situar la energía en los puntos de consumos para proceder a su venta a aquellos consumidores finales, socios y/o clientes, que adquieran la energía eléctrica a tarifa o a otros distribuidores que también adquieran la energía eléctrica a tarifa.

Desde el punto de vista patrimonial, la cooperativa San Francisco de Asís presenta en 2010 un activo total de 25 millones de euros, que sigue una tendencia creciente en los últimos años. Los fondos propios de la entidad alcanzaban en el mismo ejercicio un montante de 17,2 millones de euros, por lo que la solidez financiera de la entidad a largo plazo es muy elevada.

La empresa alcanzó en 2010 una cifra de negocios de 5,1 millones de euros, con un importante descenso respecto de los 7,1 millones de 2009 o los 11,4 millones de 2008. Este descenso se debe a que los cambios en la normativa estatal aplicable forzaron en su momento la venta directa de la energía a los usuarios finales a través de compañías comercializadoras, tal y como se comentará más adelante.

En consonancia con la reducción de su cifra de negocios, la cooperativa ha visto descender el excedente cooperativo, que alcanzó los 1,2 millones de euros en 2010, frente a los 1,8 millones de 2009 y los 2,8 millones de 2008. Sin embargo, el ahorro cooperativo que la entidad genera a sus asociados ha descendido en mucha menor medida, pasando de 1,5 millones de euros en 2009 a 1,3 millones de euros en 2010. Es resaltable, adicionalmente, que el resultado antes de impuestos de la cooperativa se recuperó levemente en 2010, con una cifra de 1,8 millones de euros, frente a los 1,7 millones de 2009.

La reducción de la cifra de negocios de la cooperativa en los últimos años se ha debido a la nueva normativa referente a las empresas de distribución energética (establecida en las Leyes 54/1997 y 17/2007, que obligan a la separación jurídica y contable de la actividad de suministro (comercialización) de energía eléctrica, de la actividad de distribución, en cumplimiento de la Directiva 2003/54/CE. La Orden ITC 3801/2008 y el Real Decreto 485/2009 de 3 de Abril, regulan definitivamente la extinción de la tarifa a partir del 1 de Julio de 2009, fecha en que los consumidores deberán contar con un contrato de compra venta de energía en el mercado liberalizado o bien mantenerse en tarifa de último recurso aquellos que cumplan con los requisitos necesarios.

En dicha fecha, la Sociedad traspasó la actividad de venta de energía en el mercado liberalizado a sus socios/clientes a la comercializadora filial de su grupo, la Unión Electro Industrial. Afortunadamente, y tras una amplia lucha social de la cooperativa por mantener su actividad tradicional e histórica, el RD 198/2010 ha vuelto a permitir que la cooperativa pueda seguir vendiendo la energía directamente a sus socios, sin necesidad de hacerlo obligatoriamente a través de su filial.

3. Responsabilidad Social Empresarial

La primera característica esencial de una cooperativa eléctrica es que sus socios se benefician, año tras año, de la fórmula de ahorro cooperativo, que la cooperativa Sn Francisco de Asís define como una herramienta que permite disfrutar a los consumidores de un notable descuento en el importe de la factura de la luz. Este mecanismo compara las tarifas aplicadas por la entidad energética con el resto de tarifas que imponen las otras compañías eléctricas. En total, los socios ahorran, como media, alrededor de un 15% en su factura. En el ejercicio de 2009, por ejemplo, se registró en concreto un ahorro cooperativo de 1.510.000 euros.

Se trata, pues, de un ahorro medio por socio/a de unos cien euros, sobre una factura total efectiva, descontado ya el ahorro, de unos 700 euros anuales; lo que constituye una ayuda notable y continuada en el tiempo para las familias de menor poder adquisitivo y para las instalaciones industriales de las que depende una buena parte del empleo de la zona.

Responsables de la cooperativa han expuesto en varias ocasiones que la fijación de tarifas eléctricas que el gobierno central establece anualmente no responde de modo correcto a la evolución de los precios de las materias primas, por lo que tal sistema debería ser revisado detenidamente para conseguir que las tarifas aplicadas respondan a la realidad del mercado y del consumo eléctrico; de ahí la importancia de una alternativa cooperativista al consumo en el sector.

Adicionalmente, se comprueba que las reclamaciones de los usuarios ante las grandes organizaciones eléctricas oligopolistas son habituales, y la inadecuada respuesta a las mismas hace que los usuarios se sienten desprotegidos y desatendidos; mientras que, por el contrario, las cooperativa eléctricas como San Francisco de Asís disponen de un servicio de atención al

cliente y un servicio técnico que tramita las peticiones de manera personal, eficaz y cercana.

Otro aspecto relevante de la responsabilidad social empresarial del Grupo Enercoop y de su cooperativa matriz es su especial preocupación en materia medioambiental y de ahorro energético. Para ello, estas entidades llevan a cabo importantes inversiones con objeto de reducir al máximo las pérdidas debidas al transporte y distribución de la energía eléctrica, habiendo conseguido pasar de un 11,3% de pérdidas de energía eléctrica en el año 1993, a un 5,5% en el año 2010.

Además, la cooperativa centra sus esfuerzos en participar en sociedades que desarrollan la producción de energías renovables, asesorar y otorgar facilidades en la instalación de sistemas fotovoltaicos conectados a su red, e implantar procedimientos de gestión ambiental en las actividades de la cooperativa, incluyendo a sus proveedores.

Un ejemplo concreto de la política de sostenibilidad ambiental de la entidad es la inversión que la misma lleva a cabo en el huerto solar de El Realengo (Crevillente), que según la cooperativa es uno de los huertos solares de mayor dimensión de Europa. En efecto, se trata de un complejo con más de 57.000 placas solares, capaces de generar una producción eléctrica entorno a los 20 millones de Kwh.

Este huerto solar, vendido a los socios por parcelas de 100 kilovatios, y que cuenta con propietarios inversores de casi todas las comunidades de España, lleva a la entidad a presumir de que Crevillent, con 28.439 habitantes a inicios de 2012, sea, hoy por hoy, el municipio de España que más energía limpia consume.

Otra iniciativa novedosa y caracterizada por la apuesta por un modelo de actividad medioambientalmente sostenible es la iniciativa de producir energía térmica a partir de biomasa, en concreto briquetas de cáscara de almendra. Estas briquetas se comercializan en cajas de doce kilos, o bien con el sistema retractilado en plástico; y según fuentes de la cooperativa están teniendo mucho éxito en panaderías y pizzerías artesanales.

4. Impacto social y reconocimientos

Un aspecto particularmente destacado del impacto social de Enercoop es el de su lucha por los derechos de sus cooperativistas, que entra de lleno en la perspectiva económica de la responsabilidad social de la empresa. Esta movilización se hizo imprescindible tras la entrada en vigor del Real Decreto que regulaba la puesta en marcha del suministro de último recurso, que supuso una limitación en la libertad de la actividad empresarial de las pequeñas compañías eléctricas españolas. La aprobación de esta normativa representaba un perjuicio claro a los intereses económicos y sociales de los derechos que poseen los socios de la Cooperativa Eléctrica.

Ante esta amenaza, los dirigentes de la entidad realizaron una campaña de acciones con el objetivo claro de poner fin a esta grave situación; campaña que incluyó la constitución de una plataforma ciudadana con empresarios y personalidades representativas de Crevillent, la recogida de firmas entre los ciudadanos del municipio, reuniones con diferentes representantes políticos, contactos con el Ayuntamiento de Crevillent y otras Administraciones, etc. El resultado de esta intensa movilización fue la consecución de su objetivo: que la cooperativa no tuviera que ceder a las grandes eléctricas la comercialización de energía a sus usuarios, manteniendo así intactos los derechos de sus socios

En materia de responsabilidad social medioambiental, la cooperativa ha obtenido dos distintivos que reconocen la excelencia del sistema de gestión de calidad que desarrolla la compañía energética en el ámbito de la distribución de energía eléctrica, la instalación y el mantenimiento de centros de transformación, y redes de media y baja tensión. Dichos reconocimientos fueron expedidos por el organismo independiente European Quality Assurance (Aseguradora Europea de Calidad), y valoran y reconocen oficialmente el cumplimiento de los requisitos que establecen las normativas ISO 9001:2000 e ISO 14001:2004.

Por otra parte, la actividad socialmente responsable de la cooperativa San Francisco de Asís en su entorno inmediato es muy destacada, particularmente en el apoyo en Crevillente a la residencia de ancianos, el centro residencia para personas discapacitadas psíquicas, la Cruz Roja, el tanatorio, etc. Destacan asimismo las actividades de promoción cultural (exposiciones de pintura y fotografía, conferencias, presentación de libros, etc.).

Para el ejercicio de 2012, la Cooperativa Eléctrica "San Francisco de Asís" cuenta con un presupuesto de 13 millones de euros, mientras que su obra social mantendrá un presupuesto similar al de 2011. Según el Presidente de la cooperativa, la obra social contará en este ejercicio con una dotación de 648.000 euros, de los cuales 400.000 pertenecen al nuevo presupuesto de 2012 y el resto al remanente de ejercicios anteriores. Se trata, obviamente, de la obra social que nutre las aportaciones de Enercoop a las organizaciones e iniciativas sociales citadas arriba.

5. Conclusiones

Enercoop es un grupo empresarial creado en 2006, cuyo núcleo central es la Cooperativa Benéfica San Francisco de Asís, creada en 1.925 y radicada en Crevillent (Alicante). Es una de las pocas cooperativas energéticas que subsisten en España, aunque en su localidad de origen es una institución muy respetada y con una amplia participación en las actividades sociales de su entorno.

Las principales aportaciones de Enercoop y su cooperativa en materia de responsabilidad social de la empresa son las relacionadas con su activismo social en defensa de los derechos de los cooperativistas del sector a mantener su actividad tradicional; sus inversiones en energías renovables y sostenibles, principalmente mediante huertos solares de energía fotovoltaica; y su gasto social a favor de los colectivos más vulnerables de su entorno, como por ejemplo ancianos y personas con discapacidad psíquica.

REFERENCIAS

- Diario Información (2012): *www.diarioinformacion.com*; 22 de abril y 23 de junio.
- Enercoop (varios años): *Memorias anuales*. En www.enercoop.es
- Observatorio Valenciano de la Economía Social de la Comunidad Valenciana (2012): *Cooperativas eléctricas*. En www.observeles.org
- Serrano, I. (2011): "Entrevista". *Cuadernos de las cooperativas de consumidores*, nº 21, junio.
- Zaar, M-H (2012): *Cooperativas de producción, distribución y consumo de electricidad en España en el primer tercio del siglo XX. Un análisis socio-económico*. Simposio Internacional de la Universidad de Barcelona (http://www.ub.edu/geocrit/Simposio/cZaar_Cooperativas.pdf).

FICHA BÁSICA DE LA ENTIDAD

Denominación:	Cooperativa Eléctrica Benéfica San Francisco de Asís C.V.
Tipología	Cooperativa de consumo
Año de creación	1925 (Cooperativa); 2006 (Grupo Enercoop)
Dirección:	C/ Sagrado Corazón de Jesús, 17 y 19. CP 03330, Crevillent, Alicante
Teléfono	965400866
Página web	www.enercoop.es
Contacto electrónico	info@enercoop.es
Presidente	D. Enrique Más Carreres
Facturación	5,1 Millones de euros (2010)
Número de socios (año)	13.970 (2011)
Empleo	28 (2010)

2.11 Eroski



1. Introducción

Eroski Sociedad Cooperativa es una cooperativa de consumo creada en 1969 con sede social en Elorrio, una población de la comarca del Duranguesado (Bizkaia), situada cerca de 40 Km de Bilbao y con 7.283 habitantes en 2012. Sus socios consumidores (431,7 miles de personas en 2011) forman parte de los órganos de gobierno de Eroski y comparten al 50% el Consejo Rector y la Asamblea General de la cooperativa con los socios de trabajo (14.065 personas en ese mismo año).

La cooperativa Eroski es la entidad dominante del Grupo Eroski, cuyo empleo en 2011 fue de 43.496 personas. La cooperativa trata de generalizar la condición de trabajador socio mediante un proceso de cooperativización de los trabajadores de su Grupo, que ha sumado a Eroski más de 4.000 nuevos socios en los últimos años, para lo cual está transformando en cooperativas mixtas las sociedades de capital en las que Eroski era mayoritaria.

La cooperativa es miembro de la Corporación Mondragón, un grupo cooperativista de alcance mundial que hoy es uno de los principales grupos empresariales españoles, con más de 83.000 trabajadores, ingresos superiores a 15.000 millones de euros, 281 empresas y cooperativas asociadas, y con presencia en una variedad de sectores industriales, financieros, de distribución, etc.

Debido a su naturaleza cooperativa, Eroski devuelve el 10% de sus beneficios a la sociedad mediante iniciativas de valor para el consumidor y la comunidad en general, desarrollando buena parte de esta actividad mediante la Fundación Eroski, creada en 1997 y que en 2011 sumaba un total de 196,5 miles de personas adheridas.

2. Modelo de actividad

La cooperativa Eroski se autodefine como una empresa multiformato, pues a su especialización inicial en el comercio de alimentación ha ido añadiendo la oferta de otros productos, como textiles, calzado y electrodomésticos; pasando después a ofrecer también una variedad de servicios, tales como oficinas de viajes, tiendas de ocio y deporte, perfumerías, ópticas, gasolineras, seguros, o telefonía móvil.

La red comercial de Eroski se compone en la actualidad de 103 hipermercados, 974 supermercados (en sus modalidades Eroski/center, Eroski/city y Caprabo, que se distinguen por su superficie, grado de especialización y origen geográfico), 60 gasolineras, 19 cash-carry (establecimientos comerciales de venta a detallistas), 197 oficinas de viajes, 37 tiendas de deporte Forum Sport, 278 perfumerías IF, 4 tiendas de ocio y cultura Abac, y 499 autoservicios en régimen de franquicia. Fuera de España, posee cuatro perfumerías IF en Andorra. Hay que añadir a todo ello las 24 plataformas logísticas que atienden al conjunto de la red, y que se encuentran repartidas por todo el territorio español en función de los tipos de producto que manejan (frescos, alimentación y no alimentación); así como sus tiendas virtuales en Internet.

A 31 de enero de 2012, Eroski Sociedad Cooperativa presentaba un balance con unos activos totales de 3.278 millones de euros (154 millones menos que a igual fecha del año anterior), unos fondos propios de 1.518 millones (327 millones menos), y un excedente cooperativo de 41,5 millones (1,3 millones más que el año precedente).

Las ventas de la empresa ascienden en 2012 a 1.894 millones de euros, con un descenso de un 6% respecto al año anterior, debido a la mala coyuntura actual del consumo en España. Pese a ello, Eroski ha anunciado a comienzos de 2013 la consecución de un importante acuerdo con un amplio grupo de entidades financieras, por el cual ha conseguido garantizar la solidez y estabilidad de la cooperativa para los próximos cuatro años.

3. Responsabilidad social en Eroski

El mapa de valores de Eroski sitúa explícitamente a su responsabilidad social al mismo nivel que sus demás valores, como son los de la cooperación, la participación, la innovación y el compromiso; estableciendo el principio de contribuir al bienestar de la comunidad en la que actúa, incidiendo en su desarrollo social, cultural y económico mediante la distribución solidaria de la riqueza. Como expresión general de este compromiso, se puede destacar que la cooperativa es desde el año 2003 una de las empresas firmantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas, siendo empresa fundadora del mismo y formando parte de su Comité Ejecutivo.

Desde la vertiente económica de la responsabilidad social, la cooperativa integra ésta en su modelo de gestión empresarial y en su política comercial a varios niveles. Por ejemplo, transfirió en 2010 un total de 123 millones de euros de ahorro a sus clientes mediante diversas promociones; y desarrolla productos de marca propia que ofrecen información relevante para la salud de los consumidores (por ejemplo, su aplicación del semáforo nutricional, consistente en la inclusión en el envase del producto de una etiqueta que permite que el consumidor conozca con un simple vistazo la cantidad de calorías y de los cinco principales nutrientes que influyen en la salud del consumidor (azúcar, grasa, grasa saturada, sal y fibra).

Eroski pone a disposición de sus clientes productos de comercio justo (la entidad es licenciataria de Fairtrade Labelling Organization, FLO Cert, por la venta de balones y prendas de textil); e implanta procesos comerciales, logísticos e industriales medioambientalmente sostenibles, tales como tiendas ecoeficientes en materia energética (por ejemplo, ha abierto en Oñate la primera tienda con emisiones cero), y procesos de reducción de emisiones, transportes con energías alternativas, productos de pesca sostenible o innovación en envases no contaminantes. En otro orden de cosas, mediante la marca propia Eroski SANNIA se desarrolla una línea de productos nutricionalmente más sanos, con menos azúcar, sal y grasas, y enriquecidos en fibras.

La entidad ha organizado en algunos de sus centros campañas de apoyo al Comercio Justo, en colaboración con Fairtrade (organización certificadora del Sello de Comercio Justo) e Intermon Oxfam, mediante charlas informativas para dar a conocer en qué consiste el comercio justo y llevar a cabo visitas guiadas por las tiendas para conocer y probar estos productos. Por otra

parte, Eroski colabora con distintas asociaciones y federaciones en materia de salud, como son los casos de la Asociación Española de Dietistas-Nutricionistas, la Federación de Diabéticos Españoles, la Federación de Asociaciones de Celíacos, o la Fundación Dieta Mediterránea.

En cuanto a la responsabilidad social desde el punto de vista laboral, hay que hacer constar que la plantilla de la cooperativa se componía en 2011 de un 77,8% mujeres. El 21% de los puestos de alta dirección estaban ocupados por mujeres, y éstas suponían el 54% de los puestos de responsable; habiendo aumentado estas cuotas en tres y cinco puntos, respectivamente, desde 2009.

Eroski proporciona a sus trabajadoras y trabajadores un extenso catálogo de ventajas y facilidades relacionadas con la conciliación de su vida familiar y laboral. Algunas de tales medidas son la ampliación de los períodos de excedencia por cuidado de hijos (el puesto de trabajo se reserva 24 meses hasta que los niños cumplen los ocho años, mientras que la ley vigente reserva el puesto durante un año y concede este derecho solo hasta que los hijos tienen tres años); la reducción voluntaria de la jornada laboral sin necesidad de justificar causa alguna, manteniendo el derecho a recuperar la jornada laboral ordinaria una vez finalizado el período de reducción; la extensión del permiso por el nacimiento de hijos dos años más de lo que estipula la ley; la acumulación del permiso de lactancia en casos de parto múltiples (siete días más con el segundo hijo, y catorce más a partir del tercero); la equiparación a todos los efectos (permisos, excedencias, licencias...) de las parejas de hecho con las de derecho; la concesión de un permiso retribuido de dos días naturales consecutivos por nacimiento de un nieto; la existencia de horario no partido si la duración diaria del tiempo de trabajo es inferior a cuatro horas; o la concesión de excedencias voluntarias, con reserva del puesto, para trabajar en una ONG o para el desarrollo personal y profesional propio.

La cooperativa se convertía en 2003 en la primera empresa de distribución española que obtenía la certificación SA8000 de Responsabilidad Social, una norma internacional creada por la organización estadounidense Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI), que vela por derechos de los trabajadores, regula la responsabilidad social interna de las organizaciones y certifica su cumplimiento por medio de auditores independientes acreditados. En 2012 Eroski ha supe-

rado con éxito la auditoria de re-certificación de la norma, un proceso profundo de revisión que se lleva a cabo cada tres años; habiendo sido la primera empresa de distribución en obtener la certificación de la Norma SA8000 tanto en su sede social como en su central de compras.

En la vertiente medioambiental de la responsabilidad social, la cooperativa ha conseguido ahorrar en el año 2010 la cantidad de 950 toneladas de CO2 equivalente, gracias sobre todo a la mejora del diseño de los envases de sus productos de marca propia, lo que calcula que correspondería a unos cinco millones de kilómetros menos en coche o la plantación de 2.800 árboles.

Eroski se sumó a La Hora del Planeta 2011, una campaña liderada por la organización World Wildlife Fund (WWF), que se celebra a nivel mundial, invitando a millones de personas a apagar la luz durante una hora con el objetivo de concienciar a la sociedad sobre la importancia del ahorro energético para frenar los efectos del cambio climático.

La responsabilidad de la cooperativa hacia el conjunto de la sociedad se muestra a través de una gran variedad de actuaciones. Por ejemplo, la empresa viene colaborando desde hace más de quince años con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) a la que entregó en 2011 un total de 817 toneladas de comida. En colaboración con esa entidad, organiza campañas (denominadas operaciones Kilo) para que los clientes puedan donar productos de alimentación en los puntos de recogida que se habilitan en sus tiendas, añadiendo Eroski un 20% adicional de productos. Además, efectúa donaciones de producto fresco en las tiendas a distintas asociaciones, como Caritas, Rehabilitación de Marginados (Remar), etc. En 2011, durante los meses de mayo y junio, puso en marcha una campaña extraordinaria de emergencia por el terremoto en Lorca, y todo lo recaudado durante la duración de la misma se donó a la Cruz Roja.

El programa de entrega de productos, por otra parte, consiste en la donación de artículos nuevos, como juguetes, calzado y ropa, a aquellos que más lo necesitan. Estos productos proceden fundamentalmente de los hipermercados Eroski (excedentes al finalizar la temporada) y de la central de compras (muestras de producto utilizadas para la definición de gama de las tiendas del grupo).

La cooperativa actúa asimismo en la promoción de la igualdad y la integración a todos los niveles de las personas con discapacidad. Para ello, efectúa

anualmente aportaciones económicas y colabora con alrededor de una decena de asociaciones que trabajan en este ámbito, participando en la organización de eventos o ayudando a desarrollar programas de mejora de la calidad de vida. Algunas de las asociaciones con las que viene trabajando en este campo son la Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica (COCEMFE), UNICEF, Intermón, Cáritas, Down España, la ONCE o la Federación Coordinadora de Personas con Discapacidad Física de Bizkaia (FEKOOR), entre otras muchas.

Un caso concreto de las actividades citadas es el de la colaboración entre Down España y la Fundación Eroski para desarrollar un programa lúdico-educativo cuyo objetivo es la prevención y limitación de la obesidad congénita de niños y adolescentes con síndrome de Down. Para ello, se puso en marcha una herramienta interactiva de fácil lectura, accesible para las personas con discapacidad intelectual, mediante la cual los participantes aprenden estrategias y hábitos de nutrición y autonomía saludables.

Cabe destacar, dentro de este apartado de responsabilidad con el conjunto de la sociedad, que la cooperativa presta especial atención a la promoción y venta de los productos regionales; por ejemplo, su marca propia incluye numerosos artículos con Denominación de Origen, y se llevan a cabo anualmente encuentros con proveedores locales, cada año en distintas Comunidades Autónomas.

4. Impacto social y reconocimientos

En este apartado se comentarán brevemente dos tipos de reconocimientos externos de la actividad de Eroski, clasificados en dos grupos: los que se relacionan con el especial impacto social de algunas de sus actividades comerciales de la empresa, y los que hacen referencia a la sensibilidad de la cooperativa frente a ciertos colectivos sociales vulnerables.

En lo referente al primer grupo anterior, es destacable la firma en 2011 de un convenio de colaboración entre Eroski y WWF España para promover el conocimiento y la adquisición, por parte de los consumidores, de productos medioambientalmente más sostenibles. Ejemplo de ello es la bolsa reutilizable, que tiene un impacto cinco veces menor que las bolsas de plástico.

En el mismo grupo cabe situar el Premio NAOS (Nutrition, Physical Activity and Obesity Prevention Strategy) concedido en 2009 por la Agencia Española

de Seguridad Alimentaria y Nutrición al programa 'Eroski Contigo de nutrición y bienestar'. Por su parte, La Junta de Andalucía reconoció en 2009 con el Premio C de Consumo el compromiso de Eroski con la información al consumidor y con la promoción de hábitos de vida saludable.

Un tercer ejemplo es el del Premio TAW de accesibilidad web concedido a Eroski Consumer, el canal de información electrónica de la cooperativa. Se trata de un reconocimiento que distingue a las entidades de cualquier ámbito que mejor han aplicado las políticas de accesibilidad de sus páginas web, preparándose específicamente para que a las personas con algún tipo de discapacidad, sea motora, visual o auditiva, les resulte lo más sencillo posible navegar por ellas.

En el bloque de premios relacionados con el apoyo de Eroski a ciertas causas sociales, se puede citar en primer lugar el Premio 'Empresa con Corazón', otorgado por la Fundación Cáritas de La Rioja al Grupo Eroski en 2012, reconociendo el apoyo solidario de las empresas que vienen colaborando con Fundación Cáritas Chavicar. Esta Fundación una entidad sin ánimo de lucro cuyo objetivo es la inserción sociolaboral de personas en riesgo de exclusión social, por medio de la valorización de los residuos de chatarra, vidrio y cartón recogidos por sus miembros.

En este mismo grupo cabe citar también el Premio de Reciclaje Textil, otorgado en 2012 por la Fundación Humana (una ONGD con sede en Barcelona) a Eroski Madrid. Tal premio fue concedido a la cooperativa en la categoría de entidad privada colaboradora con mayor crecimiento de kilos de ropa recogidos en 2011 respecto a los recogidos durante 2010 en la Comunidad de Madrid.

Un tercer ejemplo es el relativo al Premio Periodístico Ecovidrio, concedido a Eroski en dos ocasiones por la asociación sin ánimo de lucro del mismo nombre que está encargada de la gestión del reciclado de los residuos de envases de vidrio depositados en los contenedores de toda España, y concedido a la cooperativa por el impulso que presta desde su web y su revista a la tarea de concienciar y cambiar los hábitos ciudadanos en materia de reciclaje.

En cuanto al Premio ONCE Euskadi Solidarios 2011, se trata de una distinción con periodicidad anual, concedida a la cooperativa por sus esfuerzos a favor de la integración laboral y social de las personas ciegas, deficientes visuales y con otras discapacidades.

5. Conclusiones

La cooperativa de consumo Eroski, que forma parte de la Corporación Mondragón, es una de las grandes empresas de distribución comercial en España por sus cifras de balance, ventas, plantilla laboral, socios de consumo y socios de trabajo. Dispone de una red comercial física, y virtual muy desarrollada, y encabeza un grupo de empresas mercantiles dependientes y asociadas a las que progresivamente va impulsando para su transformación en cooperativas

La política de responsabilidad social de la empresa destaca especialmente en esta cooperativa por el ahorro que aporta a sus socios de consumo mediante su política de promociones, puntos, etc., por las facilidades que concede voluntariamente para la conciliación familiar y laboral de sus trabajadores; y por la aportación de distintas ayudas a muy variados colectivos sociales vulnerables, en particular de personas con discapacidad. La entidad se apoya para esta política, entre otros instrumentos, en la Fundación Eroski, creada en 1997 y que dispone de un gran apoyo social.

REFERENCIAS

- Artabe, G. (2011): *La Huella de Carbono en el Producto*. En <http://www.agroalimentarias.coop/ficheros/doc/03469.pdf>
- Carazo Muriel, J.A., y otros (2006): "Grupo Eroski refuerza su cultura corporativa mediante la formación en liderazgo". *Revista Capital Humano*, nº 202.
- Eroski (2012): *Memoria Eroski, 2011*. En <http://www.eroski.es>
- Eroski (2012): *Cuentas anuales e Informe de gestión*. En <http://www.eroski.es>
- Mera Bengoa, J.M. (2012): "Un caso de éxito entre producción y distribución. Caso Eroski-Grupo Pastores". Tercer Congreso Nacional de Desarrollo Rural, Zaragoza.

FICHA BÁSICA DE EROSKI

Denominación	Eroski
Tipología	Cooperativa mixta de consumo y socios de trabajo
Creación	1969
Dirección	Barrio S. Agustín s/n. 48230 Elorrio (Bizkaia)
Teléfono	946 211 214 (Ainhoa)
Página web	http://www.eroski.es
Contacto electrónico	ainhoa_sustacha@eroski.es
Presidente/a	Agustín Markaide
Director General	Javier Amezaga
Responsable de RSE	Alejandro Martínez (Director de Productos Informativos y Responsabilidad Social)
Ventas (año)	1.894 millones euros (enero 2011- enero 2012)
Excedente (año)	41,5 millones euros (enero 2011- enero 2012)
Empleo (año)	43.496 (2011)
Socios/as de trabajo (año)	14.065
Socios/as de consumo (año)	431,7 miles (2011)

2.12 Fagor



1. Introducción

Fagor Electrodomésticos es una cooperativa de trabajo asociado, creada en 1956 en Arrasate-Mondragón (Guipúzcoa), que está en el origen de la Corporación Mondragón, el mayor grupo cooperativo mundial en la actualidad. Se dedica a la fabricación y comercialización de electrodomésticos, climatización y calefacción para uso doméstico.

Los pilares en los que se ha basado el desarrollo de esta cooperativa son la generación de empleo y el desarrollo social, poniendo la rentabilidad a favor de sus trabajadores, la sociedad y un desarrollo sostenible basado en el compromiso firme con el entorno.

La cooperativa Fagor Electrodomésticos es la entidad dominante de Fagor Group, que actualmente es el quinto fabricante europeo de electrodomésticos, con una cuota de mercado en España de 15,6% y una facturación de 1.277 millones de euros en 2011. Su presencia comercial se extiende a 130 países de todo el mundo, en los que opera a través de 12 marcas comerciales, siendo la innovación, la internacionalización y la sostenibilidad los tres ejes sobre los que se desarrolla el plan estratégico del grupo.

La plantilla de Fagor Electrodomésticos se situaba a finales del año 2011 en 1.850 personas, mientras que en Fagor Group ascendía a 6.641 personas, en este último caso con un descenso de 1.619 puestos de trabajo res-

pecto de 2010. Los socios cooperativistas trabajadores del Grupo ascendían a finales de 2011 a 2.219 (un 5% menos que en 2010).

El excedente de Fagor Group fue negativo en 2011, por un importe de 27,9 millones de euros, como consecuencia de la caída de la demanda en el sector de electrodomésticos gama blanca que viene produciéndose en los últimos años en Europa y en particular en España.

La relación de Fagor con el conjunto de la Corporación Mondragón es muy estrecha. Fagor Electrodomésticos forma parte de la división de Hogar de la Corporación, que disponía a fines de 2011 de un 7,8% del capital de la cooperativa a través de su firma Mondragón Inversiones, y viene proporcionando a la empresa un destacado apoyo financiero para hacer frente a las dificultades de la entidad en estos últimos años.

2. Modelo de actividad

La gama de productos electrodomésticos de Fagor es muy extensa, y cubre desde los aparatos para frío, calentamiento de agua, calefacción y aire acondicionado, a los de cocción, limpieza de vajillas y electrodomésticos de pequeño tamaño; desde las máquinas para tratamiento de la ropa al menaje profesional; incluyendo asimismo aparatos de energía solar, y una tienda de accesorios on line.

La empresa se encuentra plenamente internacionalizada, y cuenta actualmente con catorce plantas de producción, de las cuales once se encuentran en Europa (cinco en España, 4 en Francia, una en Italia y otra en Polonia), dos en China y una en Marruecos. Ha establecido distintas alianzas internacionales, estando implantada en Rusia en colaboración con Mabe, una multinacional mejicana del sector, para llevar a cabo la comercialización, importación y distribución de electrodomésticos; en Bergara (Gipuzkoa), se encuentra asociada con Vaillant, una destacada multinacional alemana del sector, para la fabricación de calentadores; y en China tiene una joint venture con PTC (una empresa tecnológica norteamericana) y Vaillant para producir calentadores.

Para el desarrollo de sus actividades, la cooperativa controlaba de forma mayoritaria a finales de 2012 un total de 48 empresas, con sedes en distintas provincias de España y en otros 22 países de Europa, América, Asia y África, entre ellos Estados Unidos, Rusia, China y Marruecos.

A pesar del actual contexto económico, caracterizado por el estancamiento cuando no la recesión en los principales países europeos, la compañía ha mantenido e incluso aumentado su cuota de mercado. El mercado prioritario de la cooperativa es el europeo, que concentra el 90,2% de las ventas del grupo, destacando Francia con un 40% de sus ventas y España con un 30% de las mismas. En este contexto, el Grupo Fagor Electrodomésticos aprobó en diciembre de 2012 su Plan Estratégico 2013-2016, que se basa en una estrategia de crecimiento de la empresa a través de alianzas internacionales para mejorar su cifra de ventas en casi 200 millones de euros al final del periodo. Se plantea también un redimensionamiento de su modelo actual de negocio, basado en la mejora de su eficiencia interna y su competitividad; centrándose su expansión en los países emergentes, como China, Rusia y Oriente Medio, a través de alianzas empresariales que permitan a la entidad optimizar sus costes de producción, realizar compras conjuntas o intercambiar sus producciones.

3. Responsabilidad social en Fagor

Fagor Electrodomésticos y su grupo se caracterizan por aplicar un modelo socio empresarial específico, que se distingue del de otros grupos por basar su funcionamiento en los principios de solidaridad y democracia industrial participativa, componentes destacados de su modelo de responsabilidad social empresarial. Sus trabajadores participan de forma activa en la gestión y desarrollo de la empresa y el grupo, de modo que su objetivo prioritario no es el negocio en sí mismo, sino las personas.

El mapa de valores de Fagor sitúa la responsabilidad social al mismo nivel que el resto de valores que guían la entidad, que son los de compromiso, participación, intercooperación, innovación y orientación al cliente. Su modelo de responsabilidad social plantea la competitividad empresarial como medio para la generación de empleo y la utilización responsable de los recursos naturales de su entorno.

La cooperativa traslada esta filosofía empresarial a todas sus plantas productivas y filiales, aplicando su modelo de gestión en todas las áreas en las que opera, de acuerdo con su compromiso de responsabilidad social. Así, garantiza el estricto respeto de los derechos humanos y medioambientales, y las buenas relaciones con los agentes locales, contribuyendo a su desarrollo económico y social.

El componente de responsabilidad social en materia económica se encuentra cubierto en Fagor por su propia auto exigencia en cuanto a la eficiencia y calidad de sus productos, así como por su cumplimiento de las obligaciones adquiridas voluntariamente en el marco de la Asociación Europea de Fabricantes de Electrodomésticos, CECED, en la que colaboran los dieciocho mayores fabricantes europeos y a la que Fagor se incorporó como miembro directo en el año 2005. Los miembros de CECED han aprobado un Código voluntario de conducta que establece para las empresas del sector una exigencia generalizada de valores como el respeto medioambiental, la responsabilidad social de cada corporación o la optimización de las condiciones de trabajo.

En la vertiente laboral de la responsabilidad social de la empresa, destaca en primer lugar su transparencia informativa, pues, por ejemplo, el número de horas por empleado invertidas en comunicación en Fagor Group aumenta año tras año, pasando de las 24,8 horas por trabajador de 2006 a las 26,8 de 2009. Se trata de un indicador de participación activa en la gestión, consustancial al modelo cooperativista defendido por la empresa.

Por otra parte, destaca también en este ámbito que la empresa practica sistemáticamente una política de promoción interna de sus trabajadores, pues un 71 % de las vacantes de Fagor Group se cubrió en el período 2006-2008 mediante candidaturas internas, y en 2009 este porcentaje ascendió al 75%.

Hay que resaltar, por último, que para hacer frente a la crisis económica los miembros de la cooperativa han aceptado distintos procesos de moderación salarial, en la confianza de que los cambios en la estrategia de la empresa produzcan buenos resultados a medio plazo en el nivel de empleo de la entidad y en la mejora de sus condiciones de trabajo.

La vertiente de la responsabilidad medioambiental de la empresa se enfoca en Fagor desde un modelo de innovación en productos, materiales, métodos de trabajo, gestión, etc., que la entidad define como "innovación orientada al desarrollo sostenible".

En este campo, destaca la adhesión de Fagor Electrodomésticos, como Entidad Asociada plus (el grupo de entidades que asumen un mayor compromiso), a la iniciativa "Stop CO2 Euskadi", una iniciativa promovida por las Juntas Generales de Álava y Guipúzcoa y la Diputación Foral de Álava.

Los objetivos generales que se plantea la cooperativa mediante esta asociación son la reducción del consumo de energía de sus productos aplicando metodologías de Ecodiseño; la reducción de emisiones de CO₂ en los procesos productivos, midiendo las emisiones mediante herramientas estándares y ejecutando acciones de mejora; el análisis de las emisiones debidas al transporte del producto terminado hasta su almacén regulador; y la divulgación de los resultados obtenidos mediante un plan anual de gestión de emisiones de CO₂. Mediante estas acciones, la entidad estima en su Memoria de Sostenibilidad de 2010 que podrá alcanzar una reducción del 7% sus emisiones de CO₂.

Fagor cuenta con el certificado nº 1 de Ecodiseño otorgado por AENOR, pues fue la primera firma en España “ecodiseñadora” de productos, adquiriendo voluntariamente compromisos de responsabilidad ambiental más allá de lo exigido por la legislación. Un ejemplo concreto de los avances conseguidos por Fagor en este campo es la mejora de la eficiencia de sus lavadoras, que en 2009 gastaban anualmente 33.500 litros menos de agua que las lavadoras de 2005.

La cooperativa aborda las labores de reciclado y gestión de residuos como una tarea más a optimizar dentro de la compañía. Para ello, Fagor Electrodomésticos fue pionera en la creación de ECOLEC, Fundación del sector para la gestión de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, creada en 2004 a raíz de la definición legal de la responsabilidad de las empresas fabricantes en la materia. En concreto, Fagor Group declaró gestionar a través de Ecolec durante el año 2009 más de 44.000 toneladas de residuos correspondientes a electrodomésticos.

Algunas iniciativas concretas de Fagor Group en materia de sostenibilidad medioambiental son, por ejemplo, la reducción acumulada de su consumo de agua (47%), gas (14%) y energía (8%), en su planta de Polonia, según expone la compañía en su informe de gestión de 2011; o el desarrollo en sus instalaciones de España de frigoríficos y lavadoras de nueva generación, que aumentan el tiempo de conservación de los alimentos y evitan el vertido de detergente no diluido, respectivamente.

Fagor Electrodomésticos es una de las entidades fundadoras de Izaitte, una asociación sin ánimo de lucro formada por una agrupación de empresas privadas vascas comprometidas con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social, que entre sus requisitos, exige a las empresas miembros eviden-

ciar actividades de tracción ambiental de proveedores, esto es, de impulsar que sus empresas proveedoras lleven a cabo una gestión responsable. Por ello, la cooperativa aplica mecanismos de selección de proveedores y evalúa a cada uno de ellos individualmente, para fijar su nivel de desarrollo y sus posteriores avances en este campo, pudiendo observar el estado de cada compañía respecto a su gestión de la responsabilidad social.

En el ámbito de la mejora social de su entorno, Fagor Group dispone de un Fondo de Contribución para Educación y Promoción Cooperativa y otros fines de interés público, al que destina un 10% de sus beneficios anuales para fomentar las actuaciones de carácter sociocultural acordes con su compromiso fundacional. En los últimos años, el grupo dedica aproximadamente un 49% de estos recursos a la promoción social y cooperativa; un 36% a la promoción educativa; y un 15% a lo que denomina distribución comunitaria.

Uno de los destinos más destacables del apoyo social a su entorno por parte de Fagor Group es su contribución a la ONG Mundukide, una fundación creada en 1999 que promueve la solidaridad del mundo del trabajo con los pueblos en vías de desarrollo y aporta, canalizando esa solidaridad, medios y saber-hacer de la experiencia cooperativa al desarrollo de esas comunidades. Fagor es miembro del Patronato de Mundukide desde sus inicios.

A lo largo de los últimos años, Mundukide ha liderado varios proyectos de intercooperación en distintos países de África y América. Se trata actualmente de los proyectos llevados a cabo en Marrupa, Montepuez y Majune, en Mozambique, Paraná y Sergipe en Brasil, y Holguín en Cuba, con el objetivo de promocionar el cooperativismo en las áreas geográficas de que se trata en cada caso.

4. Impacto social y reconocimientos

Fagor Mastercook, una compañía de Fagor Group, recibió en abril de 2009 el Premio "Empleador Ejemplar", concedido por la Comisión Nacional del Sindicato Solidaridad (el de mayor antigüedad en la empresa) y entregado por el Presidente de la República de Polonia.

En ese mismo año, el Foro de Responsabilidad Social de Guipúzcoa otorgó al Fagor Group el premio 'Responsabilidad Social en los Procesos de Internacionalización', reconociendo el esfuerzo y la preocupación de la

empresa por la expansión y la implantación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en todas sus filiales y, más concretamente, el éxito de su modelo de gestión de personas en Fagor Mastercook en Polonia. El Foro es una asociación sin ánimo de lucro, formada por las principales organizaciones de la economía social de Guipúzcoa para debatir e impulsar acciones de responsabilidad social en todas las organizaciones públicas y privadas.

Por otra parte, Fagor Electrodomésticos obtuvo en el año 2007 el Premio ONCE Euskadi Solidarios en la categoría de organización solidaria por su labor en pro de la integración de las personas con discapacidad y por su sensibilidad social. En este caso se venía a reconocer la utilidad para las personas con discapacidad de algunas innovaciones tecnológicas de la empresa que facilitan el uso de determinados electrodomésticos mediante por ejemplo la tecnología bluetooth.

5. Conclusiones

Fagor Electrodomésticos es una empresa cooperativa de trabajo asociado especializada en la producción y comercialización de una gran variedad de electrodomésticos y de equipamientos para el hogar. Creada en 1956, la entidad ocupa un lugar prominente en el desarrollo del cooperativismo vasco y español, tras formar parte central del nacimiento y desarrollo de la actual Corporación Mondragón, a la que se mantiene unida desde entonces.

La cooperativa encabeza un potente grupo internacional de su sector, y planea desarrollar aún más su estrategia internacional en los próximos años. Desde el punto de vista de la sostenibilidad empresarial, la empresa viene atravesando años difíciles para su cifra de ventas y su nivel de empleo debida a la caída del consumo en los países europeos que constituyen su mercado mayoritario.

La entidad aplica una política de responsabilidad social, algunos de cuyos componentes más destacados son el elevado grado de participación de sus trabajadores en la toma de decisiones, la práctica generalizada de la promoción laboral interna, el desarrollo de productos y aplicaciones cada vez más eficientes en términos medioambientales, y su contribución a actividades sociales como la promoción del cooperativismo en algunos países de África

y América latina. De los reconocimientos obtenidos por la cooperativa, destacan los relativos a la aplicación en sus plantas internacionales de los principios de la responsabilidad social corporativa establecidos y defendidos por su matriz.

REFERENCIAS

- Cancelo Alonso, A. (1999): "Mondragón Corporación Cooperativa. Historia de una Experiencia". En *Revista Internacional de los Estudios Vascos*, 44, 2.
- Fagor Electrodomésticos (2012); *Cuentas Anuales consolidadas del ejercicio 2011 e Informe de Gestión consolidado, junto con el Informe de Auditoría*. En <http://www.fagor.com>
- Fagor Group (2011): *Memoria de sostenibilidad 2010*. En <http://www.fagor.com>
- Gisasola, T. (2010): *Competitividad basada en la excelencia. El camino hacia el éxito*. XIV Edición del Premio Marcelo Gangoiti. En <http://www.euskalit.net>
- Monzón Campos, J. L. (Director) (2010): *La Economía Social en España en el año 2008. Ámbito, magnitudes, actividades y tendencias*. CIRIEC España, Valencia.

FICHA BÁSICA DE FAGOR

Denominación	Fagor Electrodomésticos, S.Coop.
Tipología	Cooperativa de trabajo asociado
Creación	1956
Sede social	Barrio San Andrés 18. 20500 Mondragón (Gipuzkoa)
Teléfono	943719100
Página web	www.fagor.com
Contacto electrónico	info@fagor.com
Presidente	Jabier Retegi
Director/a General	Fabián Bilbao (Fagor Group) Ander Terradillos (Fagor Electrodo-mésticos)
Responsable de RSE	Javier Bengoetxea (Director de RRHH de Fagor Group)
Facturación del grupo (año)	1.277 Millones de euros (2011)
EBITDA (2011)	43,2 Millones de euros
Empleo del grupo (2011)	6.641 (media anual)
Empleo Fagor Elec. (2011)	1850 (diciembre)
Socios/as de trabajo del grupo (2011)	2.219 (diciembre)

2.13 Feiraco



1. Introducción

Feiraco, Sociedad Cooperativa Galega, es una compañía agro-ganadera fundada en 1968 por un conjunto de cuatrocientos ganaderos del Valle de A Barcala, una comarca coruñesa próxima a Santiago de Compostela. Actualmente es la empresa líder en el sector lácteo gallego, recogiendo, procesando y comercializando leche, derivados y productos afines producidos por sus socios, a los que presta los servicios complementarios necesarios para su actividad.

La entidad define su misión como la creación de valor para el socio/a, contribuyendo a que éste consiga una retribución superior a la del mercado por su producción, y una prestación de servicios diferenciada. Para ello, su visión es ser la cooperativa de referencia en servicios agro-ganaderos, líder del sector lácteo en Galicia

En 2011, la entidad tenía 3.460 socios, facturaba 100,8 millones de euros, con un crecimiento anual del 6,8%, especialmente notable en una época de crisis como la actual, y disponía de cerca de 200 empleos directos. Como resultado de sus actividades, presentaba en 2011 un excedente de 1,29 millones de euros. La cooperativa fomenta el desarrollo de los territorios en los que se asienta, favoreciendo la cohesión social de la población en el ámbito rural, y ofreciendo al consumidor final productos de gran calidad.

La cooperativa Feiraco actualmente ostenta la presidencia de los principales organismos que regulan y definen el sector en Galicia y en España, como la del sector lácteo en Cooperativas Agroalimentarias de España, la Interprofesional Láctea Española y el Clúster Alimentario de Galicia. También forma parte de la Asociación Galega de Cooperativas Agrarias, AGACA. La entidad fue una de las instituciones cooperativas que recibió en enero de 2011 el “1er Premio a las Cooperativas Socialmente Responsables”.

2. Modelo de actividad

Feiraco es una cooperativa multiproducto, en cuya actividad la organización Cooperativas Agroalimentarias de España destaca las siguientes divisiones: lácteos, alimentación animal, asesoramiento zootécnico, suelo, fertilizantes, semillas, taller, gasóleos, tienda agraria, seguros, asesoría empresarial, etc.; y la Fundación Feiraco (que desde el año 1995 se dedica a promover acciones sociales y culturales para sus miembros y la sociedad en su conjunto).

Los principales objetivos que la cooperativa se ha marcado son los siguientes: transmitir sus ventajas competitivas a sus asociados; impulsar la actividad cooperativa con capital de ganaderos gallegos; tratar exclusivamente únicamente leche de las entidades ganaderas socias de la entidad; diseñar y hacer el seguimiento para la mejor alimentación del ganado; aportar servicios profesionales de calidad tales como veterinarios y nutricionistas; disponer de una fábrica de piensos propia; recogida y envasado de la leche en menos de 24 horas; anticipar en las ganaderías el cumplimiento de buenas prácticas y de las normas de la Política Agraria Comunitaria; velar por el medio ambiente y por el bienestar animal; y en definitiva alcanzar el control de todo el proceso productivo hasta la comercialización del producto.

El sector lácteo constituye en la actualidad el eje central de la cooperativa, que dispone de una amplia gama de productos del sector: desde las leches clásicas (entera, semidesnatada y desnatada), a las leches saludables Unicla y Unicla sin lactosa. Recientemente Feiraco ha obtenido el Premio Europeo a la Innovación Cooperativa, otorgado en Bruselas por las Cooperativas Europeas, por esta leche. Unicla es el resultado de un proyecto estratégico de innovación encaminado a optimizar la alimentación animal como factor determinante para la producción de leche saludable. Para ello se reproduce

el sistema tradicional de alimentación del ganado, alargando el perfil de nutrientes de la hierba verde de la primavera a lo largo de todo el año. Esta alimentación aporta una gran mejora al bienestar animal y, en consecuencia, las vacas producen leche con nutrientes más adecuados a las necesidades de los consumidores, dando como resultado la leche Unicla, y su variante sin lactosa, que además de ser altamente saludables, poseen unas propiedades organolépticas que evocan el sabor de la leche recién ordeñada. Ambos productos se engloban dentro del llamado programa “Hesíodo”, encaminado a optimizar de forma natural el perfil nutritivo de las producciones agropecuarias, añadir valor a la participación de los ganaderos en el proceso productivo y, con ello, contribuir a la humanización y dignificación de las tareas propias de esta actividad.

Otros productos que comercializa la cooperativa son las leches específicas para atender las necesidades de la hostelería; las natas, los yogures líquidos y los batidos de chocolate; el laban, leche fermentada y pasteurizada, baja en lactosa y de larga duración, conocida en ocasiones como “yogur árabe”; y sus propias variedades de queso, como son los conocidos quesos de tetilla, o los quesos de sándwich.

A lo largo de su historia, Feiraco ha sido una entidad pionera en sistemas de producción industrial y en gestión de explotaciones ganaderas. Así, se muestra orgullosa, por ejemplo, de haber sido una de las primeras empresas lácteas en España en introducir el sistema UHT (Ultra High Temperature), mecanismo de esterilización comercial que permite la elaboración de leche de varios meses de vida útil, y ha adaptado las explotaciones de sus socios a los requerimientos legales actuales para una producción de calidad, con una trayectoria productiva y comercial que asegure la trazabilidad y la sostenibilidad de los productos.

La cooperativa tiene implantado un sistema integrado de calidad y de inocuidad de los alimentos basado en las normas UNE-EN ISO 9001:2008 en piensos y lácteos, integrada ésta última en la ISO 22.000:2005, de “Sistemas de Gestión de la Calidad”. El alcance de este sistema abarca toda la cadena de fabricación, desde la producción ganadera de leche de vaca en las explotaciones hasta el envasado y comercialización de todos sus productos lácteos.

Como ejemplo de su compromiso con la calidad, se puede resaltar que la entidad dispone de una gran variedad de certificaciones, como son las de

Galicia Calidade, Letra Q, y Galega 100%; e incluso, más allá de la propia cooperativa Feiraco, la certificación en ISO 22000 de varias de sus explotaciones asociadas.

Así, por ejemplo, Feiraco obtuvo en 2010 la autorización para el uso del logotipo *Letra Q* en el etiquetado de la leche y productos lácteos LQ-0001/2010, concedido por AENOR y avalado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. La Letra Q es un sistema de información impulsado por el Ministerio citado, que permite asegurar la trazabilidad de los alimentos lácteos en todas las etapas de su producción, transformación y distribución.

El modelo de actividad de Feiraco presenta unos resultados muy destacados, que la Dirección General de la entidad atribuye al gran esfuerzo que ha realizado la cooperativa y el sector en general: marcar un objetivo y abordar un proceso de mejora productiva y competitiva continuo para alcanzar niveles de eficiencia en toda la cadena de valor; consiguiendo que, a pesar de que el sector primario en su conjunto está sufriendo un caída de rentas, la industria agroalimentaria resista bien la crisis, continúa su crecimiento, aumenta sus exportaciones, siga generando empleo neto, innove e incremente su valor añadido y se adapte a la concentración de la distribución y a una nueva generación de consumidores.

3. Responsabilidad Social Empresarial

La estrategia de Feiraco incluye la Responsabilidad Social Corporativa como uno de los tres pilares fundamentales de su estrategia empresarial, junto con los pilares relativos a la Calidad y a la Innovación. La entidad entiende la responsabilidad social como la integración voluntaria por parte de la organización, tanto en su gestión de gobierno como en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen del dialogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias que se derivan de sus acciones.

Siguiendo estos principios, FEIRACO se encuentra comprometida con el desarrollo económico, social, laboral y medioambiental de su entorno y de todos los agentes implicados en su labor. En base a este modelo, la cooperativa vio reconocido su esfuerzo con la entrega en Enero de 2011 del "Primer Premio a las Cooperativas Socialmente Responsables".

Feiraco mantiene un compromiso firme con la política de estabilidad en el empleo a través de la contratación indefinida, de tal manera que el 95% de la plantilla tiene contrato indefinido. Entre los beneficios sociales con que cuenta el personal de la cooperativa, destacan los relativos a un seguro de vida para todos los trabajadores, y el acceso a un plan de pensiones para todos los trabajadores con dos años de antigüedad en la compañía, además de otros de carácter más simbólico (como la cesta de Navidad para todos los trabajadores, o la comida cooperativa el día de la Asamblea general para todos los trabajadores que sean socios).

De manera particular, hay que reseñar que Feiraco es la primera cooperativa española certificada por AENOR por su modelo de gestión responsable en el Área de Recursos Humanos, gestión que se apoya en el sistema EFR1000 de Empresa Familiarmente Responsable. EFR es una familia de certificaciones relativas a los procesos de conciliación en las empresas, impulsada por la Fundación Más Familia.

El sistema EFR se desarrolla en Feiraco mediante una serie de medidas de cohesión social en el ámbito laboral y familiar, que se extienden a aspectos como la flexibilidad horaria, el apoyo a las necesidades profesionales de sus trabajadores, las ayudas a la familia, la conciliación entre las vidas familiar y laboral, el apoyo a la igualdad de oportunidades, la promoción de la estabilidad y la calidad en el trabajo, y el apoyo a posibles víctimas de violencia de género, además de contar la cooperativa con un protocolo específico contra el acoso sexual y laboral.

Esta forma de gestionar se traduce en la entidad en una variedad de medidas concretas de conciliación que las personas puedan necesitar. Cabe destacar entre ellas las referentes a que padres y madres puedan elegir el horario laboral hasta el primer año tras el nacimiento de sus hijos o pueden vetar un turno en el caso de jornada a turnos; la flexibilidad en la entrada y salida en el caso de la jornada partida; las ayudas a la guardería, o las licencias retribuidas o permisos especiales para actividades sociales; o poder escoger el horario el día del cumpleaños de sus hijos e hijas, medida que más ilusión ha despertado por novedosa.

En el ámbito de la lucha por la igualdad de género, Feiraco aprobó en el año 2009 su Plan de Igualdad, por el cual les fue concedido en ese mismo año el "Distintivo de igualdad en la empresa" (responsabilidad de la Dirección General de Igualdad de Oportunidades del Ministerio de Sanidad, Servicios

Sociales e Igualdad), destacando su labor en la aplicación de medidas que igualen las oportunidades entre ambos sexos.

El modelo de Empresa Familiarmente Responsable aplicado por Feiraco ha permitido a la entidad mejorar claramente el clima laboral de ilusión y entusiasmo, consiguiendo a final de año 2010 una mejoría de un 10% respecto a la medición del clima realizada al inicio del periodo. Otro resultado significativo del modelo es la reducción en un 35% de la tasa media de absentismo en los últimos cuatro años.

Recientemente, en julio de 2012, la Consellería de Traballo e Benestar de la Xunta de Galicia solicitó la incorporación de Feiraco al “Grupo de Representación Empresarial Gallego”, para el desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), constituido para impulsar un nuevo modelo de negocio más ético, transparente y sensibilizado con el entorno. Feiraco contribuirá a este cometido junto a otras 12 grandes empresas autonómicas, encargándose todas ellas de tutelar a las PYMES gallegas para ayudarlas a avanzar en este campo.

En otro orden de cosas, destaca la implicación de la cooperativa Feiraco en la promoción en su entorno del espíritu emprendedor, y en concreto del emprendimiento social. Así, la Fundación Feiraco ha organizado en 2012 ocho jornadas sobre nuevas oportunidades de negocio asociadas a iniciativas emprendedoras de carácter asociacionista. Se trata de unas jornadas dirigidas a todas las personas interesadas en el ámbito del emprendimiento, especialmente jóvenes y mujeres, y que se llevan a cabo incluyendo una metodología activa de talleres prácticos que persiguen hacer más accesibles a sus usuarios las claves de estas nuevas oportunidades de trabajo, tales como el conocimiento de las distintas fórmulas administrativas existentes, de las herramientas formativas necesarias, y de los apoyos financieros y técnicos a los proyectos.

Se trata de sesiones impartidas por técnicos especialistas en emprendimiento cooperativo, en las que se busca ofrecer todas las claves necesarias para hacer de una idea de base asociacionista un negocio rentable: dando respuesta a las preguntas más frecuentes como por qué emprender y cómo hacerlo de manera operativa; cómo elaborar estudios de viabilidad personal, técnica y financiera y previsión de resultados; ofrecer guías de recursos y ayudas públicas, y planes de trabajo adecuados a la realidad de campo; etc. Todos los contenidos son programados de manera práctica, e incluyen ade-

más experiencias reales de éxito y visitas a industrias nacidas al amparo del emprendimiento cooperativo.

En el ámbito específicamente ambiental, Feiraco es la primera empresa alimentaria de Galicia adherida a la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que implica un compromiso de la entidad en el cumplimiento de los derechos humanos, medioambientales y en lucha contra la corrupción. Compromiso que se concreta en una amplia variedad de aspectos, entre los que se puede citar de manera más destacada la promoción de la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio, la abolición efectiva del trabajo infantil, o la lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

4. Impacto social y reconocimientos

Feiraco recibió en 2009 el Primer Premio Europeo a la Innovación Cooperativa en la categoría de procesos alimentarios por su Leche UNICLA, destacando el hecho de que se trata de un galardón concedido por la Confederación General de Cooperativas Agrarias de la Unión Europea, COGECA. Con posterioridad, fue distinguida en 2010 como Empresa Socialmente Responsable, y en 2011 con el Distintivo de Igualdad como cooperativa socialmente responsable.

La cooperativa ha obtenido en los últimos años un conjunto de certificaciones que avalan su preocupación por la calidad: las de las normas UNE-EN ISO 9001:2008 en piensos y lácteos, integrada ésta última en la ISO 22.000:2005, de "Sistemas de Gestión de la Calidad"; Galicia Calidade; Letra Q; Galega 100%.

En 2011 Feiraco obtuvo la licencia de uso de la marca *Galega 100%* en sus principales marcas comerciales. *Galega 100%* es una marca propiedad de la Asociación Laboratorio Interprofesional Galego de Análise do Leite, que garantiza que la materia prima dedicada a la elaboración de leche y productos lácteos procede exclusivamente de explotaciones inscritas en el Registro de Explotaciones Lecheras de Calidad Diferenciada, creado por el Real Decreto 57/2010 de 8 de abril.

Además de los reconocimientos generales obtenidos por Feiraco, destaca que once de sus granjas socias han obtenido la certificación UNE-EN ES

22000:2005, creada con el objetivo de unificar, a nivel internacional, la gestión de la seguridad alimentaria, cubriendo todos los procesos a lo largo de la cadena alimentaria.

Entre otros reconocimientos alcanzados a lo largo de su historia destacan la Medalla de Galicia, el Premio Agrario de Galicia a la trayectoria empresarial, el Premio Euroforo Empresarial a la empresa gallega con mayor proyección exterior, el Premio Carrefour al producto preferido por sus consumidores, el Premio Ciudadano a la Mejor leche y el Premio Consumer a la leche de mejor relación calidad- precio.

En cuanto al impulso a su entorno investigador y tecnológico, es relevante indicar que Feiraco está implicada en una decena larga de proyectos de investigación sobre el sector en que opera, proyectos que realiza en colaboración con varios grupos investigadores de las tres universidades gallegas y de otros centros tecnológicos de Galicia.

Hay que destacar, por último, que con la creación en 1995 de la Fundación Feiraco, la cooperativa se dotó de un importante instrumento de apoyo social y cultural en su área de influencia.

5. Conclusiones

Tras una larga andadura desde 1968 hasta la actualidad, Feiraco ha alcanzado una posición relevante en el sector agroalimentario español, canalizando y facilitando las capacidades productivas de Galicia.

Desde el punto de vista del modelo de actividad de Feiraco, destaca su especial dedicación a la mejora de la calidad de sus productos, como garantía de una mayor competitividad y sostenibilidad en el mercado. Desde el punto de vista de la responsabilidad social empresarial, destaca la inserción de esta sensibilidad en el plano estratégico de la cooperativa, así como en particular su modelo de empresa familiarmente responsable y la difusión del cooperativismo y el emprendimiento social en su entorno geográfico.

REFERENCIAS

Cooperativas Agroalimentarias (2011): *I edición de los Premios RSE para Cooperativas*. Feiraco. Enero-marzo.

Feiraco (2012): *Manual de políticas y medidas EFR*. Marzo.

Ferrás Sexto, C, y otros (sin fecha): *La agricultura familiar sostenible en Galicia e Irlanda. Estudio de caso comparado entre las cooperativas Feiraco y Drinagh*. Universidade de Santiago de Compostela.

González Somoza, S. (2012): "A responsabilidad de social en Feiraco". Revista Feiraco, abril.

Porto, A., y otros (curso 2011-2012): *Feiraco. Análisis estratégico*. Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais Universidade de Vigo.

Unión de Pequeños Agricultores (2012): "FEIRACO, 40 años liderando el sector lácteo gallego desde el cooperativismo". *La Tierra Cuadernos*, nº 15.

FICHA BÁSICA DE LA ENTIDAD

Denominación	Feiraco Sociedad Cooperativa Galega
Tipología	Cooperativa de productores agrarios
Año de creación	1968
Dirección:	Ponte Maceira s/n. 15864 Ames (A Coruña)
Teléfono	981 81 83 40
Página web	www.feiraco.es
Contacto electrónico	cooperativa@feiraco.es
Presidente	D. José Severino Montes Pérez
Director General	José Luís Antuña Álvarez
Responsable de RSC	Sonia González Somoza
Nº entidades socias (año)	283 (2011)
Nº socios/as de base (año)	3.460 (2011)
Empleo	198 (2011)
Facturación	100,8 millones de euros (2011)

2.14 Florida



1. Introducción

Florida Centro de Formación es una cooperativa de trabajo asociado dedicada a la enseñanza que fue creada en 1977. Con sede en Catarroja, una población de 27.697 habitantes en 2012, cercana a la ciudad de Valencia, da su nombre a un grupo formativo del que la cooperativa es el componente más relevante. El centro imparte actualmente formación superior, técnica y de negocios, programas de postgrado, estudios universitarios, ciclos formativos, educación secundaria, formación continua y ocupacional, e idiomas.

En su oferta universitaria, el centro está adscrito a la Universidad de Valencia y a la Universidad Politécnica de Valencia, según las titulaciones de que se trate. En cuanto a sus enseñanzas no universitarias, se encuentran concertadas con la Administración educativa regional en ESO y Bachillerato.

El centro define su misión como centrada en la formación de la persona, potenciando sus capacidades de iniciativa, autonomía y crecimiento personal, para conseguir su correcta inserción social y profesional. Entre sus principios de actuación incluye el respeto y la contribución a la conservación y la mejora del patrimonio natural y cultural. Entre los valores que defiende la cooperativa, se incluye específicamente la actuación equilibrada para atender las diferentes necesidades y deseos de clientes, proveedores, colaboradores, trabajadores y socios, y la intercooperación como elemento estratégico que permite a la organización actuar aprovechando

las fuerzas internas de las diferentes áreas, así como las externas, a nivel social y empresarial.

La entidad cuenta actualmente con un empleo de 230 personas, un alumnado de unas 3.700 personas, y una cifra de ingresos anuales de unos 10,8 millones de euros. Su empleo ha oscilado entre las 210 personas al inicio de la década pasada, y las 250 que llegó a alcanzar a mitad de la misma.

2. Modelo de actividad

En la actualidad, Florida Centro de Formación se articula en dos grandes componentes diferenciadas por las enseñanzas que abarcan, Florida Universitaria y Ciclos Formativos, de un lado, y Florida Secundaria, de otro. Además de sus actividades docentes clásicas, la entidad fue reconocida en 2003 como centro asociado de intermediación laboral por el Servicio Valenciano de Empleo y Formación, SERVEF, y ofrece a sus usuarios y usuarias una variedad de servicios adicionales tales como idiomas, relaciones internacionales para su alumnado, prácticas en empresas, formación continua, consultoría, etc.

El área universitaria de Florida inició su actividad como centro adscrito de la Universidad de Valencia en 1993, impartiendo inicialmente la titulación de Diplomatura en Ciencias Empresariales. En el curso 2011-2012, Florida Universitaria dispone ya de una oferta de once Grados, dos de ellos dobles, cuatro Masters, y dos diplomas europeos, en Eurobusiness y Eurotourism. Las titulaciones universitarias del centro están relacionadas generalmente con los ámbitos educativos y profesionales de tipo económico-empresarial, educativo, y de la ingeniería.

En materia de ciclos formativos, la oferta de Florida Centro de Formación se compone en el curso 2010-2011 de un ciclo de grado medio, y diez ciclos de grado superior, de los cuales dos tienen carácter semipresencial. Por lo general, los ciclos formativos del centro tienen un contenido de tipo económico-empresarial, educativo o de informática.

En lo relativo a la educación secundaria de carácter no profesional, Florida Centro de Formación imparte en régimen concertado los dos ciclos de la Educación Secundaria Obligatoria, y las modalidades de bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales, y de Ciencias y Tecnología.

Como centro asociado del Servef para la intermediación laboral, Florida Centro de Formación dispone de una oferta de ocho áreas de formación, que incluyen Administración y Oficinas, Idiomas, Comercio, Orientación Profesional, Informática Gráfica, Informática de Gestión, Docencia, y Tecnología. Además, el centro es colaborador en materia de formación ocupacional del IMPIVA y de la Dirección General de Comercio. Por otro lado, Florida Universitària cuenta también en materia de formación continua con una “Escuela de los Profesionales de la Informática y las Comunicaciones (EPIC)” cuyo principal objetivo es ser el centro de encuentro para los profesionales de las TIC que deseen formarse, actualizarse o compartir experiencias.

En cuestión de servicios complementarios a su currículo reglado, el centro ofrece enseñanza de idiomas para siete lenguas (que van desde el valenciano a las lenguas europeas más comunes, e incluye asimismo al chino). En cuanto a las relaciones internacionales de su alumnado, Florida dispone de acuerdos con más de una veintena de universidades europeas de distintos países; así como de un fuerte respaldo del tejido empresarial de su entorno, que le facilita la oferta de prácticas en empresas.

Florida caracteriza su aportación al sistema educativo por basarse en el aprendizaje activo, la orientación y la atención personalizada, la internacionalización, y la inserción profesional y la vinculación con el entorno.

3. Responsabilidad social en FLORIDA

De la relación de valores que Florida destaca en su modelo de actividad, existen dos de ellos que forman parte central de la Responsabilidad Social Empresarial: la actuación equilibrada, que está presente en la organización para atender las diferentes necesidades y deseos de clientes/as, proveedores/as, colaboradores/as, trabajadores/as y socios/as; y la intercooperación, como elemento estratégico.

La responsabilidad social de una entidad debe incorporar necesariamente un componente de calidad y sostenibilidad de su modelo económico, además de los componentes sociales y medio ambientales, por lo general más conocidos. En el caso de Florida Universitària, la cooperativa dispone de un Comité de Garantía de Calidad así como de un Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC), que obtuvo la evaluación positiva de la Agencia Nacional

de la Evaluación de la Calidad y la Acreditación, ANECA, en 2009. El Comité de Garantía de la Calidad de Florida Universitaria es el órgano que participa en las tareas de planificación y seguimiento del SGIC, actuando además como uno de los vehículos de comunicación interna de la política, objetivos, planes, programas, responsabilidades y logros de este sistema.

Florida ha conseguido, tanto para su sección de educación secundaria como para la universitaria, la certificación de calidad "Excelencia Educativa", otorgada por el Instituto de Calidad y Excelencia (ICAE), que está vinculado a la Fundación Europea de Educación y Libertad (FUNDEL). El modelo de calidad "Excelencia Educativa" está basado en un autodiagnóstico que, a través de una amplia serie de indicadores, mide el nivel de aprendizaje y rendimiento del alumnado en el centro, la eficacia del proceso educativo y la eficiencia de la gestión organizativa. Simultáneamente, Florida ha realizado su primera autoevaluación basada en el Modelo Europeo de Calidad (EFQM), obteniendo una elevada puntuación en cada uno de sus centros.

Además de ello, la cooperativa viene trabajando en la implantación de sistemas de Calidad basados en la norma ISO 9000 y en la gestión por procesos, tanto en las enseñanzas no regladas como en la gestión de los servicios centrales. SGS-ICS, empresa certificadora de Sistemas de Calidad, ha otorgado a Florida Centre de Formació la calidad de empresa certificada respecto a los requisitos de la norma ISO 9001:2000, para la actividad de "Diseño e impartición de actividades formativas no regladas, con el objetivo de posibilitar el acceso y/o mantenimiento en el mercado laboral" y a la Fundación Florida la calidad de empresa certificada respecto a los requisitos de la norma ISO 9001:2000 por la actividad de "Prestación de servicios para el empleo al alumnado y ex-alumnado de los centros educativos vinculados a Florida Centre de Formació Coop.V, empresas y demandantes de empleo en general".

La Fundación Florida, creada en 1997 por iniciativa de la cooperativa, es la entidad que gestiona los recursos que Florida destina a su obra social y cultural. Constituida como una entidad sin ánimo de lucro, se nutre de aportaciones de empresas colaboradoras y de subvenciones públicas para la realización de las actividades previstas en sus fines fundacionales.

La Fundación actúa bajo la dirección de su Patronato compuesto por el Ayuntamiento de Catarroja y la Asociación de Comerciantes y Pequeños Empresarios de Catarroja (ACYPE). La misión de la Fundación Florida es

fomentar la formación, la cultura, el desarrollo socioeconómico y el acercamiento del mundo educativo y empresarial; es decir, constituye, en definitiva, un importante instrumento de la política de responsabilidad social de la entidad con respecto a su entorno.

La misión de la Fundación se concreta en acciones de la misma relativas a la promoción del desarrollo tecnológico, la formación profesional no reglada de trabajadores/as en activo y desocupados/as; las prácticas del alumnado en empresas; la orientación e inserción profesional; la participación en proyectos europeos de formación e intercambio del alumnado; la organización y gestión de todo tipo de manifestaciones culturales y deportivas, etc. La propia Memoria más reciente de Florida permite comprobar cómo alrededor de un centenar de empresas colaboran con la Fundación Florida, la mayoría de ellas domiciliadas en su entorno comarcal cercano.

Una iniciativa destacada de la responsabilidad de Florida con su entorno es la “Escuela de Ciudadanía en Femenino María Moliner”, definida como un espacio de formación para mujeres y hombres mediante el cual se facilita la generación y el intercambio de conocimientos que llevan, en definitiva, a la transformación de nuestra sociedad en sentido igualitario, adoptando permanentemente una perspectiva de género. Esta acción está promovida por La Asociación de Mujeres de la Comarca de l’Horta Sud, entidad que agrupa a once asociaciones de esa comarca próxima a la ciudad de Valencia.

En el plano de la responsabilidad social de la empresa hacia sus trabajadoras y trabajadores, destaca que Florida elaboró en 2009 un Plan de Igualdad de género, establecido con una duración de tres años y que muestra una especial atención a las áreas de acceso al empleo, clasificación profesional y promoción, retribuciones, salud laboral, conciliación y ordenación del tiempo de trabajo, y el área de comunicación.

El equipo de igualdad de Florida, entidad cuya plantilla se componía en 2009 de un 54% de mujeres, vela por que se realice una implantación adecuada del plan de igualdad de la entidad, y se reúne periódicamente para analizar su eficacia y adecuarlo a cada momento.

Así, en el área de formación se han llevado a cabo acciones de sensibilización en Igualdad de Oportunidades, dirigidas a todo el colectivo; habiéndose elaborado una guía de utilización del lenguaje no sexista, con el objeto de adaptar a sus indicaciones todos los documentos que utiliza Florida habi-

tualmente, así como para sensibilizar a todo el personal en la integración de la perspectiva de género en su lenguaje diario. En el área de conciliación, se ha elaborado un estudio de las prácticas llevadas a cabo para flexibilizar la jornada laboral, como resultado del cual se está fomentado el teletrabajo en aquellos puestos en que ello resulta factible.

En cuanto a los aspectos medioambientales de la RSE, Florida Centro de Formación no proporciona hoy por hoy información en la Memoria anual accesible en su web. Si bien ello es comprensible en parte debido al escaso impacto ambiental que a priori presentan las actividades educativas, parece lógico que estos aspectos se vayan detallando en mayor medida en próximas Memorias.

4. Impacto social y reconocimientos

Una manera de visualizar el impacto social de una organización es conocer su red de conexiones sociales. En el caso de Florida Centro de Formación, la cooperativa forma parte de una gran variedad de asociaciones sectoriales y transversales del mundo específicamente cooperativo, como son UCEV, Unión de Cooperativas de Enseñanza Valencianas; FEVECTA, Federación Valenciana de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado; UECOFE, Unión Española de Cooperativas de Enseñanza; y CONCOVAL, Confederación de Cooperativas de la Comunidad Valenciana. Además, Florida forma parte asimismo de diferentes organizaciones de defensa de la economía social, como AESOV (Asociación de Empresarios Solidarios Valencianos), y CEPES (Confederación Empresarial Española de la Economía Social). Desde el punto de vista de su inserción en el territorio, es significativo que Florida pertenezca a asociaciones y clubes de carácter empresarial a escala comarcal y local, en los municipios de Alaquàs- Aldaia, Catarroja, y Torrent. De las demás afiliaciones del centro destaca por su objeto la relativa a ETNOR (Fundación para la Ética de los Negocios y las Organizaciones).

Dentro del mundo cooperativo de la Comunidad Valenciana, Florida mantiene relaciones especialmente intensas con distintas entidades con las que comparte valores e intereses. Estas entidades son el Grupo ASCES, Asociación para la Cooperación de la Economía Social, que es el grupo cooperativista más destacado de la Comunidad; Akoe Educació Coop. V., un grupo de centros educativos valencianos de enseñanza universitaria y no universitaria

que comparte valores comunes, y forma parte de una red educativa internacional; Ninos Gestió Educativa Coop. V., una cooperativa valenciana dedicada a la gestión de Escuelas Infantiles); la Caixa Popular, una cooperativa valenciana de crédito; la conocida cadena comercial Consum; e Intercoop, un grupo empresarial cooperativo implantado en el mundo agroalimentario y rural de la Comunidad. Hay que señalar, por último, que Florida apoya explícitamente a las personas de su colectivo que participan en diversas asociaciones alternativas como Gent Solidària de l’Horta Sud y la Fundación Novaterra.

En cuanto a los reconocimientos obtenidos por Florida Centro de Formación, y limitándonos solamente a los recibidos en los últimos años, cabe destacar algunos que guardan una estrecha relación con la política de responsabilidad social de la empresa. Así sucede, por ejemplo, con la Mención honorífica concedida en 2009 a la Fundación Florida por el Ministerio de Educación en sus Premios Miguel Hernández, por el proyecto “Escuela de ciudadanía en femenino María Moliner”; con el Sello “Haciendo Empresa. Iguales en oportunidades”, otorgado por la Consellería de Bienestar Social de la Generalitat Valenciana en ese mismo ejercicio; o con el premio de “Mejores prácticas educativas” concedido a Florida Secundaria por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes en 2004.

5. Conclusiones

Florida Centro de Formación es una cooperativa de trabajo asociado creada en 1977 en el entorno comarcal de la ciudad de Valencia, y que ha ido ampliando su oferta de titulaciones hasta cubrir en la actualidad toda la gama que va desde la Educación Secundaria Obligatoria hasta las titulaciones universitarias de grado y posgrado, pasando por las titulaciones en formación profesional, y añadiendo otros servicios complementarios de carácter formativo y laboral.

La política de la cooperativa en materia de responsabilidad social destaca principalmente por la estrecha colaboración de la misma con el grupo cooperativo ASCES, del cual forma parte; por su involucración en las actividades sociales de su entorno; y por la acreditación de la calidad de sus sistemas de gestión de la enseñanza.

En el plano social interno, las actuaciones más relevantes de la cooperativa son las relacionadas con la elaboración en 2009 y puesta en práctica posterior de su Plan de Igualdad, premiado en su momento por la Consellería de Bienestar.

REFERENCIAS

- Fevecta (2009): "Florida universitaria, premiada como 'empresa sabia' por su labor para favorecer la igualdad de género". *Espai Cooperatiu*, nº 11, septiembre-octubre.
- Florida Centro de Formación (2012): *Memoria*. En www.florida.es
- Florida Centro de Formación (2009): *30 aniversario*. En www.florida.es
- Monzón Campos, J. L. (Director) (2010): *La Economía Social en España en el año 2008. Ámbito, magnitudes, actividades y tendencias*. Ciriéc España.
- Observatorio Valenciano de la Economía Social (2012). *Entidades representativas. Florida*. En <http://www.observales.org>

FICHA BÁSICA DE FLORIDA

Denominación	FLORIDA Centro de Formación
Tipología	Cooperativa de trabajo asociado, de enseñanza
Creación	1977
Dirección	C/ Rei en Jaume I, nº 2, AP. Correos15. 46470, Catarroja (Valencia)
Teléfono	96 122 03 90
Página web	www.florida.es
Contacto electrónico	info.general@florida-uni.es
Presidente/a	Clemente Morales Gutiérrez
Director/a General	Empar Martínez Bonafé
Facturación (año)	10,8 millones euros (2011)
Empleo (año)	230 (2011)
Socios/as (año)	n.d.
Alumnos/as (curso)	3.700 (2011)

2.15 Gredos San Diego



1. Introducción

Gredos San Diego es una cooperativa de trabajo asociado de trabajadores de la enseñanza, en la que tanto su profesorado como su personal de administración y servicios son por lo general socios cooperativistas. Fue creada en 1985 en Vallecas, continuando y ampliando la experiencia previa de una academia muy influyente socialmente en esa localidad. Trabaja actualmente con unos 13.300 alumnos y alumnas de distintos niveles y etapas de enseñanza no universitaria, en siete centros educativos propios y un octavo de la cooperativa Educación Activa Complutense, que pertenece al Grupo Cooperativo GSD, todos ellos en distintos municipios de la Comunidad de Madrid.

La cooperativa entiende que su misión es la de atender a las personas para su desarrollo y formación en diferentes etapas de la vida, con el fin de mejorar la sociedad; diferenciándose desde sus inicios por la calidad de sus proyectos educativos y la creación de empleo desde un modelo de economía social.

La entidad emplea actualmente a unas 1.400 personas, entre personal docente y no docente, de los cuales 922 son socios (el 66%). Un 51% de su empleo total está desempeñado por mujeres. Son datos que sitúan a Gredos San Diego como la mayor cooperativa de enseñanza de Madrid y de España en cuanto a alumnado y socios-trabajadores, respectivamente. Resulta espe-

cialmente destacable que el empleo en GSD haya aumentado entre 2004 y 2012 en más de mil personas.

La solidaridad, basada en el fomento de la ayuda mutua y la responsabilidad social, forma parte de los valores esenciales explícitos de Gredos San Diego, junto con otros como la honestidad, la tolerancia y la democracia; valores que la entidad desarrolla a través de su adhesión a los principios cooperativos. Los Colegios Gredos San Diego son parte de una institución educativa de carácter laico cuyo ideario fomenta la tolerancia y libertad de ideas, inculcando valores educativos basados en el respeto a la dignidad humana, promoviendo el interés por el descubrimiento y el estudio tanto en el campo científico como humanístico.

2. Modelo de actividad

Gredos San Diego cuenta actualmente con una oferta educativa que cubre Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, y una amplia variedad de Ciclos Formativos de Grado Medio y Superior, además de Programas de Cualificación Profesional Inicial y de Formación Ocupacional. Una buena parte de estas enseñanzas se desarrolla en régimen concertado con la Administración Pública regional. La cultura corporativa de la entidad incorpora como elemento destacado la calidad de sus procesos, que viene avalada por la certificación de cumplimiento de la norma ISO 9001-2000. Internamente, la entidad ha llevado a cabo un proceso de autoevaluación del modelo de excelencia EFQM (European Foundation Quality Management).

El modelo educativo de GSD destaca por incluir entre sus componentes la educación ambiental y el aprendizaje cooperativo, además de otros componentes de carácter más clásico e instrumental, como son el bilingüismo en inglés, y el manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y su modelo de gestión de la calidad. Las actividades extraescolares en GSD Colegios son desarrolladas por la Asociación Cultural GSD, el Club Deportivo GSD y la Escuela de Música GSD, bajo el patrocinio de la Fundación GSD.

En la actualidad, la cooperativa gestiona siete colegios propios en la Comunidad de Madrid: GSD Vallecas (inaugurado en 1994), GSD Moratalaz (2000), y GSD El Escorial (2003); GSD Las Suertes, en el ensanche de Vallecas (2007); GSD Las Rozas (2007); GSD Guadarrama (2008); y GSD Buitrago (2012).

Por su parte, el Colegio Gredos San Diego Alcalá funciona desde el curso 2007/08 en esta localidad madrileña, mediante un acuerdo de colaboración de GSD con la cooperativa Educación Activa Complutense, aplicando el mismo modelo de gestión de GSD.

Cara al futuro, la cooperativa se plantea nuevos proyectos, como la creación de centros de alto rendimiento en arte y deporte, así como de un centro universitario propio que pueda facilitar el empleo de su alumnado, a la vez que extender el enfoque cooperativista del grupo a la formación y la gestión de titulados superiores.

Además de las actividades propiamente educativas, GSD es la cabeza del Grupo Cooperativo GSD, que lleva a cabo distintas iniciativas en el marco de la Economía Social. Así, en 2006 abrió sus puertas en Leganés la Residencia de Mayores "Los Balcones", gestionada por la cooperativa Tosande, integrada en el Grupo GSD, y a la que Gredos San Diego Cooperativa presta asesoramiento técnico para la administración del centro, además de haber supervisado las obras de construcción.

En 2007, GSD creó la Cooperativa "El Mercante", cuyo principal objetivo es el diseño, creación y distribución de producción textil. La primera actividad para Gredos San Diego fue el diseño de las camisetas con el lema 'H2O te da vida', que se vendieron a beneficio de ACNUR, y han creado después los nuevos uniformes que utilizan los alumnos de los Colegios GSD y la ropa laboral de esos centros. Asimismo, ha creado los uniformes para varios centros escolares de toda España.

Forma parte del Grupo Cooperativo GSD, igualmente, la cooperativa "Educación Activa Complutense", que gestiona el Colegio Gredos San Diego Alcalá. La última incorporación al grupo ha sido la creación de la cooperativa "Artemus S.C.M", dedicada a la enseñanza artística de la música y la danza. Según sus propios datos, el Grupo Cooperativo GSD da empleo actualmente a un total de unas 1.400 personas y factura alrededor de 75 millones de euros.

3. Responsabilidad social en Gredos San Diego

El primer componente de la responsabilidad social empresarial de GSD como cooperativa de enseñanza es necesariamente, y más allá de las exigencias legales al respecto, la atención a la diversidad de su alumnado así como la

prevención de desigualdades en la escuela. Para lograrla, la cooperativa desarrolla diferentes actuaciones dirigidas a prevenir y compensar las desigualdades de acceso, permanencia y promoción del alumnado en el sistema educativo, y ha sido pionera en la implantación de Aulas de Enlace para la incorporación a sus aulas del alumnado extranjero con insuficiente conocimiento del castellano.

La entidad dispone en todos los centros de apoyos específicos para facilitar la integración social y educativa de alumnos en desventaja social, con el objetivo de garantizar la igualdad de oportunidades de acceso, permanencia y promoción de todos los alumnos en la educación, con independencia de las condiciones personales, sociales, económicas, de procedencia y de cultura. También se desarrollan en los centros las medidas necesarias para favorecer la integración de los alumnos con discapacidad física, psíquica o sensorial, mediante la creación de Aulas para Personas con Trastornos Generalizados, TGD, adaptando los espacios de los centros a sus necesidades y eliminando las barreras arquitectónicas.

En el ámbito de la educación en valores, destaca que Gredos San Diego lleva siete años colaborando con el Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados, ACNUR. Durante este periodo se ha llevado a cabo diversas campañas de solidaridad que han tenido una favorable respuesta en toda la Comunidad Educativa.

Otra actuación destacada de la cooperativa desde el punto de vista de la RSE es su Plan Integra, que tiene el objetivo de hacer realidad la integración de personas con discapacidad intelectual en los Centros GSD. Así, la cooperativa se ha sumado recientemente al llamamiento a las empresas socialmente responsables para que colaboren en la inserción social, y a la implantación del sello de Empresa Responsable con la Inserción (sello ERI), que desarrolla la Federación de Asociaciones Empresariales de Empresas de Inserción, FAEDEI, para distinguir a las empresas que con sus acciones apoyen la cohesión social.

En la vertiente educativo-medioambiental de la RSE, destaca que Gredos San Diego inscribió en 2004 en la red de Ecoescuelas (una campaña a nivel internacional que implica a toda la comunidad educativa con el objetivo de mejorar la gestión ambiental del centro y su entorno) al Colegio de El Escorial, que en tan solo cuatro años obtuvo la “bandera verde” que le acredita como centro ejemplar. Tras los buenos resultados obtenidos, se ha

extendido la experiencia a los demás centros; GSD Moratalaz obtuvo también la bandera verde en 2011, y GSD Vallecas en 2012.

En esta misma vertiente medioambiental hay que anotar algunos programas didácticos de GSD, con los títulos “Profesor Reciclus” y “El Viaje de Kirima” con el objetivo de sensibilizar a los alumnos de distintos ciclos acerca del cuidado del medio ambiente. Estos programas se han llevado a cabo con la colaboración del Ministerio de Medio Ambiente, y han sido distribuidos de forma gratuita entre setecientos centros escolares.

Otro aspecto significativo de la actividad socialmente responsable de GSD es su implicación en proyectos de desarrollo local en algunas localidades rurales de su entorno. Así, durante este último curso ha tenido lugar la puesta en marcha del Aula en la Naturaleza “Sendas del Riaza”, en Valdevacas de Montejo (Segovia), lo que ha supuesto la creación de nueve puestos de trabajo en un pueblo de treinta habitantes, evitando el riesgo de abandono de esta localidad. Este proyecto ha venido a sumarse a la actividad que GSD ya venía desarrollando en “La Vía Láctea”, en Casavieja (Ávila).

La vía Láctea es un proyecto de educación medioambiental abierto a la sociedad, creado por GSD en 2003, que se desarrolla junto a las instalaciones de El Corralón, un alojamiento rural en Casavieja (Ávila) cuya actividad también se mantiene y se abre al público en general. Desarrolla un Programa de Educación Infantil y juvenil de 5 a 12 años y que comprende sendas e itinerarios para conocer la naturaleza, talleres, juegos, cuaderno de campo, astronomía y campamentos de verano.

Desde el punto de vista de la responsabilidad social interna, GSD destaca por la aplicación en el grupo de su Plan Integral, que ha dado lugar a la incorporación laboral a cada uno de sus siete centros propios de una persona con síndrome de Down. Se trata de puestos de auxiliar-recepcionista, cuyas funciones incluyen la colaboración con recepción, administración, tienda y biblioteca, y cuyas tareas están detalladas de manera concreta y práctica. Además, un preparador laboral se incorpora junto a este nuevo personal para facilitar su adaptación al puesto de trabajo, retirando este apoyo de manera gradual, a medida que la nueva persona gana confianza y autonomía en sus funciones laborales.

Resulta destacable, por otro lado, que GSD ha dado lugar a la creación y desarrollo del primer Grupo Cooperativo de la Comunidad de Madrid, al

extender su modelo de economía social a actividades de sectores como la industria textil o los servicios de proximidad, y aliándose en algunos casos con otras cooperativas del sector educativo. La entidad participa intensamente en las distintas instancias propias de la economía social, tanto a escala sectorial en la Unión de Cooperativas de Enseñanza de Trabajo Asociado de Madrid, UCETAM, como a escala de los intereses generales de la economía social defendidos por la Confederación Empresarial Española de la Economía Social, CEPES. Asimismo, la entidad difunde de manera activa los valores cooperativos en su modelo educativo, participando, por ejemplo, en el mercadillo de cooperativas escolares de UCETAM, en el que se presentan los proyectos de cooperativas elaborados por los alumnos.

4. Impacto social y reconocimientos

A lo largo de los años, Gredos San Diego ha recibido diferentes distinciones y premios que actúan como indicadores de un impacto social que va más allá de sus actividades estrictamente profesionales. Así, por ejemplo, y empezando por un galardón de tipo más general, destaca que la entidad fue distinguida el 2 de mayo de 2010, con motivo del vigésimo quinto aniversario de la creación de la cooperativa, con la Medalla de Plata de la Comunidad de Madrid por su trabajo en el desarrollo de los sistemas educativos y por su creación de empleo.

La colaboración de Gredos San Diego con el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados ha sido reconocida por el Comité Español de ACNUR con la concesión a GSD de un diploma que simboliza su gratitud por las aportaciones del grupo, que han hecho posible la construcción de una escuela en la República Democrática del Congo, así como distintas ayudas a refugiados en Malí, Kenia, Somalia y otras zonas de África.

En abril de 2012, Gredos San Diego Cooperativa fue galardonada en la XVI edición de los Premios Stela, por facilitar mediante su Plan Integra el acceso de personas con discapacidad intelectual al mercado laboral, y por su política de integración y compromiso social. El Proyecto Stela es una iniciativa promovida por la Fundación Síndrome de Down de Madrid desde 1995, cuyo objetivo es facilitar y promover la inserción social y laboral de personas con síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales, a través de la metodología de Empleo con Apoyo.

La educación medioambiental que imparte Gredos San Diego fue reconocida en noviembre de 2012 con un diploma por la Fundación Corresponsables en la III edición de Premios que esta organización concede a las mejores prácticas socialmente responsables. GSD optó a los premios en la categoría de empresas de economía social y organizaciones no lucrativas, con el proyecto "Educar con valores sociales y medioambientales propiciando una ciudadanía responsable".

Se trata de un proyecto que integra las iniciativas de educación medioambiental que GSD viene realizando en el Aula en la Naturaleza La Vía Láctea en Casavieja (Ávila), el Albergue de Educación Ambiental Sendas del Riaza en Valdevacas (Segovia), y mediante la implantación del programa Ecoescuelas en los colegios de la cooperativa.

5. Conclusiones

Gredos San Diego es una cooperativa de trabajo asociado del sector de la enseñanza, creada inicialmente en 1985 con un carácter predominantemente defensivo de los puestos de trabajo, y que a lo largo de su trayectoria se ha ido consolidando progresivamente, hasta convertirse en el mayor centro cooperativista de enseñanza de la Comunidad de Madrid y del conjunto de España. Para ello, la entidad ha desarrollado un modelo educativo propio, basado en una oferta de calidad, una gestión exigente y una adaptación activa a las necesidades integrales de su alumnado y de sus familias.

Dentro de la actividad socialmente responsable de Gredos San Diego destacan fundamentalmente los siguientes elementos: el intenso aumento del empleo en el grupo, con un crecimiento de más de mil puestos netos de trabajo en ocho años; el desarrollo de una gran variedad de actividades medioambientales, que unen la formación educativa con la defensa del entorno social de los pueblos de la sierra cercana a Madrid; y la conexión estrecha con las organizaciones regionales y estatales de la economía social, así como la difusión del cooperativismo entre su alumnado.

Una mención especial merecen las actividades socialmente responsables de Gredos San Diego en apoyo a Acnur; la aplicación de su Plan Integra, que se ha traducido en la contratación de varias personas con síndrome de Down; y el reconocimiento a la entidad otorgado por la Comunidad de Madrid en 2010.

REFERENCIAS

De La Higuera, C. (2012); *Gredos San Diego Cooperativa. Veintisiete años dedicados a las personas*. GSD, Madrid.

Monzón Campos, J. L., y otros (2010): *Economía Social. Gredos San Diego*. Escuela de Organización Industrial, Madrid.

Monzón Campos, J. L. (Director): *La Economía Social en España en el año 2008. Ámbito, magnitudes, actividades y tendencias*. CIRIEC España, Valencia.

Gredos San Diego (2012): *Plan Integra. Haciendo realidad la integración de personas con discapacidad*. Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.gredossandiego.coop/rse/Plan_Integra.pdf

FICHA BÁSICA DE GREDOS SAN DIEGO

Denominación	Gredos San Diego, Sociedad Cooperativa Madrileña
Tipología	Cooperativa de enseñanza, de trabajo asociado
Creación	1985
Sede social	C/ San Moisés, 4. (28018) Madrid
Teléfono	91 786 13 47
Página web	www.gredossandiego.com
Contacto electrónico	gsd@gsd.coop
Presidente/a	D. Javier Martínez Cuaresma
Director/a General	D. Carlos de la Higuera
Responsable de RSE	D. Juan José Barrera
Facturación (año)	75 millones de euros (2011, grupo)
Empleo (año)	1.400 (2011, grupo)
Socios/as (año)	992 (2011, grupo)

2.16 Kairós



1. Introducción

Kairós S. Coop. es una cooperativa de iniciativa social sin fines de lucro, que tiene la forma jurídica de cooperativa de trabajo asociado. Fue constituida en 2001 en Zaragoza, y desarrolla su actividad fundamentalmente en esta capital aragonesa. Como entidad de iniciativa social, desempeña su labor en beneficio de personas con discapacidad intelectual, niños y adultos con situación o riesgo de exclusión, y las entidades públicas y privadas que les dan cobertura. Al utilizar en su denominación la palabra griega “kairós”, la cooperativa apunta al valor del tiempo significativo, cargado de sentido, en definitiva con un valor cualitativo, que se opone al mero transcurso cuantitativo o cronológico del tiempo.

La cooperativa Kairós lleva a cabo distintas actividades y presta servicios en este campo; se encuentra registrada como centro ocupacional y de día; está reconocida como escuela de tiempo libre; y es un centro colaborador del Instituto Aragonés de Empleo, INAEM, para la impartición de formación para el empleo.

La entidad da empleo en 2011 a un total de treinta y dos personas, veinte de ellas socias, y genera unos ingresos anuales de aproximadamente un millón de euros. La variedad de servicios sociales que ofrece es muy amplia,

destacando mayoritariamente los programas financiados por el Gobierno de Aragón y el Ayuntamiento de Zaragoza.

La responsabilidad social de la empresa es consustancial a la naturaleza propia de las actividades de inserción social de Kairós, y se desarrolla de manera explícita en el cuadro de valores establecido por la cooperativa, que establece su ausencia de ánimo de lucro, su orientación a la mejora de las condiciones de vida a través sobre todo de la educación y el empleo, su aportación a una iniciativa social activa e innovadora, y el desarrollo de la misma mediante la participación y la cooperación.

2. Modelo de actividad

Las actividades desarrolladas por la cooperativa Kairós tienen en común la característica de dirigirse a satisfacer necesidades de las personas con discapacidad y en situación o riesgo de exclusión, y se organizan en varios grupos diferenciados: el área de infancia, juventud y familia; el área de discapacidad y dependencia; el área de inclusión social; y el área de formación.

En el área de infancia, juventud y familia, la cooperativa atiende a los usuarios y usuarias a partir de los seis años de edad, desarrollando distintas actividades educativas de tiempo libre por medio de diversos programas: "Aulas del mundo", coordinado por la Red de Entidades Alternativas y Solidarias, REAS, y dirigido a menores inmigrantes; "Caixa Pro Infancia", financiado por la Obra Social de esa entidad financiera, para la promoción y desarrollo integral de la infancia en situación de pobreza y vulnerabilidad; atención a menores y familias derivadas por los servicios sociales de base; etc. Unos 445 jóvenes y familiares de los mismos han sido usuarios de estos servicios de Kairós entre 2009 y 2011.

Las actividades de la cooperativa en el área de discapacidad y dependencia se llevan a cabo mediante distintos recursos: un centro de día y ocupacional para personas con discapacidad (denominado Kairós, como la propia entidad); un centro de tiempo libre para mayores de 18 años (denominado Magoría); un programa de ocio y tiempo libre para niños y jóvenes con discapacidad intelectual; un piso de iniciación a la vida adulta para personas con discapacidad; un aula de educación para personas adultas con discapacidad; y un programa de ocio creativo para períodos vacacionales de per-

sonas con discapacidad (denominado Programa "Abierto por Vacaciones"). Un total de más de mil personas han accedido entre 2009 y 2011 a alguno de los servicios anteriores de la cooperativa.

El área de inclusión social de Kairós atendió entre 2009 y 2011 a un total de 826 personas usuarias de alguno de los tres programas diferentes con que cuenta la entidad en este área. En el programa de colaboración con organismos públicos y entidades sin ánimo de lucro, Kairós interviene realizando entrevistas, talleres, prospección y seguimiento de personas desempleadas cuya contratación se beneficia de las subvenciones del Gobierno de Aragón a empresas e instituciones contratantes. En el programa de inserción en el empleo para los colectivos sociales más vulnerables, la cooperativa proporciona itinerarios específicos de inserción, talleres de búsqueda de empleo y tutorización; mientras que en su colaboración con el Servicio Integrado de Promoción Sociolaboral, dispone de medios informáticos y de tutorías para favorecer la búsqueda de empleo.

La cooperativa lleva a cabo en su área de formación distintas actividades enfocadas a la mayor preparación personal y profesional de sus usuarios y usuarias. Resulta particularmente interesante la experiencia de Iniciativa Social Kairós, denominada ISkairós, una escuela de tiempo libre que proporciona formación para educadores de este sector que se especializan en personas con discapacidad o en personas con situación o riesgo de exclusión social. Entre 2009 y 2011, Kairós contó con 261 personas usuarias de su área de formación.

Por ejemplo, Kairós está desarrollando, junto con otras entidades de Italia, Polonia y Turquía el Proyecto HELWOS (Healthy Life Without Obesity via Sports) enmarcado en el Programa Grundtvig de la Unión Europea. Una Asociación de Aprendizaje Grundtvig es un marco para realizar actividades de cooperación a pequeña escala entre organizaciones que trabajan en el ámbito de la educación de personas adultas en su sentido más amplio. El proyecto HELWOS, en concreto, parte de considerar que la actividad física regular y la participación en los deportes pueden aumentar los factores de salud y prevenir la obesidad, las enfermedades crónicas y otros problemas de salud, y hacerlo en mayor medida aún en el caso las personas con discapacidad intelectual.

En su Memoria de 2011, la cooperativa presenta un total de 1.017 miles de euros de gastos, y de 998 miles de euros de ingresos; y por tanto se apre-

cia un pequeño desfase de 19 miles de euros en ese ejercicio. Más de tres cuartas parte de los ingresos de la entidad proceden de distintas administraciones públicas, destacando en particular el Gobierno de Aragón (62%) y, en menor medida, el Ayuntamiento de Zaragoza (16%). Por el lado de los gastos, casi tres cuartas partes son gastos de personal (73%), debido al carácter fuertemente intensivo en trabajo de los procesos de producción de los servicios sociales en que se encuentra especializada la cooperativa.

Por otra parte, Kairós ha creado un centro especial de empleo denominado Kentrikés, S.L., que funciona como una central de servicios dedicada al comercio mayorista de maquinaria y material de oficina, el comercio al por menor de material escolar y suministros de oficina, y la provisión de servicios de limpieza. Esta empresa dispone además de una tienda virtual, mediante la cual ofrece una amplia variedad de productos y servicios, como por ejemplo papelería, material escolar, mobiliario, material informático, etc.

3. Responsabilidad social en Kairós

La cooperativa Kairós organiza sus grupos de interés en cuatro categorías: dirección y socios; personal (incluyendo voluntariado y personas becarias); clientes y usuarios; y proveedores. Para cada uno de estos grupos, la entidad define con detalle sus expectativas, necesidades o intereses, a la vez que especifica los instrumentos aplicados para cada caso.

La responsabilidad social corporativa, RSC, es analizada en la cooperativa mediante un Comité de Calidad, RSC y Protección de Datos, existiendo en la entidad adicionalmente un Comité de Ética. Estos Comités reportan, respectivamente, a los Departamentos de Administración y a la Dirección adjunta, que dependen de la Gerencia de la entidad. La cooperativa informa de que las sugerencias en estos campos se analizan en las reuniones de los equipos de los diferentes proyectos, siendo trasladadas a la Dirección de la entidad, en las reuniones mensuales de coordinadores, las sugerencias que se consideran relevantes.

En el ámbito económico de la responsabilidad social de la empresa, destaca que Kairós dispone de la certificación de calidad UNE-EN ISO 9001: 2008, que ha renovado en 2011, y de la certificación de la carta de servicios UNE 93200:2008, asimismo renovada en 2011. De este modo, la cooperativa emite

a sus grupos de interés, y en particular a sus proveedores de recursos financieros, una señal clara acerca de su eficiencia en el desarrollo de sus objetivos sociales.

En materia laboral, destaca que los puestos de trabajo de la cooperativa están ocupados mayoritariamente por mujeres (80%), en edades laborales centrales (un 83% se sitúa entre los 30 y los cuarenta y cinco años), y con un nivel de empleo fijo del 50%. La entidad declara que fomenta el empleo estable transformando los contratos temporales en fijos lo antes posible. El personal de Kairós dispone de cierta flexibilidad de horarios, lo cual permite una mayor conciliación entre la vida laboral y personal de sus trabajadores. Adicionalmente, destaca que Kairós ha establecido convenios de prácticas con la Universidad de Zaragoza y la Universidad privada aragonesa San Jorge para introducir en el mundo laboral a jóvenes que acaban de terminar sus estudios o que están a punto de hacerlo.

En lo que se refiere a la responsabilidad medioambiental, Kairós cuantifica en su Memoria sus principales consumos en materia de recursos, como son la electricidad, el agua, el papel, la gasolina o el tóner. En materia de reciclaje, la entidad especifica un porcentaje del 40% respecto del papel consumido. Kairós dispone, pues, de indicadores de control de consumos cuyos resultados son evaluados en la gestión de la ISO 9001:2008; habiéndose comprometido en buscar la mejora de la eficiencia energética mediante una reducción del consumo de electricidad y de la calefacción.

En 2006, Kairós obtuvo su Certificado en Responsabilidad Social Corporativa por Forética (una destacada asociación sin ánimo de lucro, con presencia en España y Latinoamérica, que engloba a organizaciones y profesionales de la RSC). Este certificado, renovado por Kairós en 2011, está basado en la norma de referencia SGE21 (2008), la primera norma europea que establece los requisitos que debe cumplir una organización para integrar en su estrategia y gestión la responsabilidad social de la empresa, y fue posteriormente actualizada en 2009. La certificación garantiza que las entidades que la cumplen han implantado y verificado un sistema de gestión que permite tener un control y seguimiento de las posibles contingencias relativas a la responsabilidad social, así como desarrollar una mejora continua en estos aspectos.

Por otro lado, la cooperativa Kairós es desde diciembre de 2011 una de las entidades firmante de los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones

Unidas, habiéndose producido en octubre de 2012 la carta de renovación de su compromiso. De esta manera Kairós profundiza en su política de responsabilidad social de la empresa, mediante la implantación de los citados principios, basados en la observancia de los derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción, establecidos por el Pacto.

4. Impacto social y reconocimientos

La actividad de Kairós ha obtenido a lo largo de los años un fuerte apoyo tanto de las instituciones públicas como de las privadas. En el primero caso, cabe citar destacadamente al Gobierno de Aragón, a través de sus consejerías y servicios en materia de discapacidad, formación y empleo; así como del Ayuntamiento de Zaragoza, y, con carácter más puntual, de la Unión Europea.

En el sector privado, destaca el apoyo a los proyectos de Kairós mostrado por distintas Cajas de Ahorros y Cooperativas de Crédito (como es el caso en 2011 de, por orden alfabético, BBK, Caja del Mediterráneo, Caja Laboral, Ibercaja, Kutxabank, y La Caixa). También es necesario referirse al apoyo, de carácter más puntual, de otras entidades de la economía social y solidaria, tales como Drepera (una empresa cooperativa catalana que gestiona, diversos servicios de titularidad pública), o la Fundación Roviralta (una entidad dedicada a la realización de fines altruistas y/o benéficos, que proporciona ayuda a personas jurídicas que tengan fines benéficos, docentes o mixtos); así como de BSH Electrodomésticos España S.A., que ha donado todos los electrodomésticos para las dos aulas viviendas de los centros ocupacionales y para las viviendas tuteladas de la entidad.

En el apartado de reconocimientos sociales explícitos, destaca que la cooperativa Kairós resultó finalista en 2006 de la II Edición del "Premio Aragonés a la Responsabilidad Social de las Empresas", promovido por el Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón. Este premio fue creado inicialmente en el año 2004, refiriéndose entonces a la Responsabilidad Social Corporativa.

En octubre de 2012, la Fundación Kairós recibió de Alcampo Utrillas una donación de 10.000 euros, a través de la Fundación Alcampo por la Juventud, para financiar parte de su programa 'Aulas del Mundo'. Este programa tiene como finalidad apoyar con formación a menores y adolescentes de diferen-

tes culturas y nacionalidades que residen en el barrio de San José, en Zaragoza, y que pertenecen a familias con situaciones económicas y sociales desfavorecidas. Mediante el mismo se trata de apoyar a medio centenar de jóvenes de entre 6 y 16 años que presentan deficiencias en el aprendizaje y en los niveles escolares, y en la interiorización de hábitos y normas socialmente aceptadas; de manera que chicos y chicas reciban apoyo con el objetivo de prevenir el fracaso, el absentismo y el abandono escolar, y fomentar el intercambio y el conocimiento del otro para enriquecerse con las diferentes culturas. La entidad concedente de la donación, Fundación Auchan por la Juventud, tiene como finalidad la de mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes en dificultad, proporcionando medios económicos a asociaciones que velan por su bienestar y trabajan en proyectos vinculados con la educación, la formación, la alimentación, la salud y el medio ambiente.

Otro aspecto de la actividad de Kairós que es necesario resaltar es el relativo a su intensa presencia en las redes y foros de la Economía Social y Solidaria. Así, la cooperativa se encuentra vinculada, desde mediados de la década pasada en la mayor parte de los casos, con la Red de Economía Alternativa y Solidaria, REAS-Aragón; el Comité Español de Representantes de Minusválidos, CERMI-Aragón; FEAPS-Aragón, Asociación Aragonesa de Entidades para Personas con Discapacidad Intelectual; la Red Aragonesa de Entidades Sociales para la Inserción; la Federación de Asociaciones de Educación de Personas Adultas, FAEA; o a COOP57, una entidad financiera inspirada en los principios de las finanzas éticas al servicio de la economía social.

5. Conclusiones

Kairós, S. Coop., es una cooperativa de trabajo asociado nacida en 2001 en Zaragoza, dedicada a proporcionar distintos servicios educativos y laborales a personas con situación de exclusión social o riesgo de la misma, así como a personas con discapacidad. La cooperativa desarrolla su actividad fundamentalmente en los barrios de Zaragoza con mayores necesidades la inclusión, y se financia mayoritariamente por el Gobierno de Aragón y el Ayuntamiento de Zaragoza, aunque recibe asimismo un apoyo considerable de distintas organizaciones sociales privadas, entre las cuales se encuentran, por ejemplo, Kutxabank, BSH Electrodomésticos España S.A., La Caixa y Alcampo.

Destacan como elementos más importantes de la dimensión económica de la responsabilidad social de Kairós sus certificaciones de calidad y de su carta de servicios, que garantizan su solvencia profesional. Desde un punto de vista más global, resalta su certificación por Forética como empresa socialmente responsable. Es destacable, asimismo, la adhesión de la cooperativa al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Por último, cabe resaltar además que la cooperativa Kairós está comprometida activamente en el desarrollo de la economía social y solidaria de su entorno, a través de su participación en distintas plataformas solidarias aragonesas y estatales que promocionan los valores de la economía social y actúan cuando es necesario como plataformas reivindicativas de las necesidades de los sectores sociales a los que atiende.

REFERENCIAS

CERMIARAGON (2012): *Guías para la discapacidad. Entidades. Kairos cooperativa de iniciativa social*. <http://www.cermiaragon.es>

CERMIARAGON (2012): *Guías para la discapacidad. Entidades. Kentrikes, SL*. <http://www.cermiaragon.es>

KAIRÓS (2012): Informe de Progreso Pacto Mundial, 2011. http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/18801/original/informe_Kair_s_Sociedad_Cooperativa_de_Iniciativa_Social_1_.pdf?1352724367

KAIRÓS (2012): *Memoria Kairós*, 2011. En www.kairos.coop

FICHA BÁSICA DE KAIRÓS

Denominación	Kairós S. Coop.
Tipología	Cooperativa de trabajo asociado, de iniciativa social
Año de creación	2001
Dirección	C/ El Globo 14 , local. 50015 Zaragoza
Teléfono	976279175
Página web	www.kairos.coop
Contacto electrónico	info@kairos.coop
Presidente/a	Gregorio Centro Otal
Director/a General	Gregorio Centro Otal
Responsable de RSE	Rafael Marset Moreno
Facturación (año)	998 miles (total ingresos, 2011)
Empleo (año)	32 (2011)
Socios/as (año)	20 (2012)

2.17 Koopera



1. Introducción

La red Koopera se autodefine como un conjunto de cooperativas de iniciativa social y asociaciones de utilidad pública que, apoyadas por Caritas de Bizkaia, Álava y Cantabria, promueven empresas de inserción que buscan poner la economía al servicio de las personas, especialmente de aquellas en situación o riesgo de exclusión social, desde el respeto al medio ambiente en sus distintas vertientes educativas, formativas, comerciales, etc.

La entidad Red Social Koopera Gizarte Sarea, S. Coop., que da su denominación genérica a la red, tiene como forma jurídica la de una cooperativa de iniciativa social de segundo grado y nace como tal en 2008, aunque las cooperativas y asociaciones que componen la red son por lo general anteriores en el tiempo (la más antigua de ellas, Rezikleta, nació como cooperativa en 1992, a partir de una experiencia asociativa previa surgida en 1990).

Las cooperativas de primer grado sin ánimo de lucro que componen la red Koopera son, en el momento actual, las siguientes: Berohi, dedicada a la recuperación textil; Ekiber, entidad de inserción en actividades medioambientales; Ekorrepara, dedicada a la reutilización de electrodomésticos; Ekorropa y Berjantzi, dedicadas al comercio minorista; KPR Consulting, que presta servicios de asesoría y consultoría; y Rezikleta, centrada en actividades medioambientales. Forma parte de la red, asimismo, la Asociación Lanberri, un proyecto formativo para jóvenes.

La red social Koopera actúa en el ámbito de la inserción sociolaboral de colectivos en situación o riesgo de exclusión social, conectando a las personas que lo necesitan con el mercado laboral. Desarrolla servicios vinculados a una gestión responsable del medio ambiente, principalmente de gestión de residuos; comercializando además productos solidarios, justos y ecológicos, y promocionando la economía social y solidaria en países en vías de desarrollo como Chile y Rumanía.

En definitiva, Koopera y su red se consideran parte de la Economía Solidaria, una corriente alternativa a la economía mercantil, que se desarrolla sobre todo a partir de las últimas décadas del siglo XX, como movimiento que busca dar una respuesta productiva, laboral y social, y no meramente asistencial, a las necesidades sociales que afectan a numerosos colectivos vulnerables a los que se dirige.

2. Modelo de actividad

El modelo de actividad de la red Koopera se compone de una amplia variedad de servicios en los campos de la inclusión social y laboral, la mejora del medio ambiente, el consumo sostenible y el comercio justo y solidario, la prestación de servicios sociales, la lucha por un mundo más equitativo, y la promoción de la economía solidaria.

En el campo de la inclusión social y laboral, la red desarrolla programas formativos para el empleo y ofrece contratos en sus empresas de inserción y cooperativas, para así posibilitar itinerarios individuales de incorporación al mercado de trabajo ordinario a las personas que lo necesitan.

En cuanto a la mejora del medio ambiente, la red desarrolla diferentes actividades, tales como las de prevención, reutilización y reciclaje de residuos, mediante su recogida selectiva, clasificación y tratamiento (tanto si se trata de productos textiles como de juguetes, libros, artículos de bazar, muebles, electrodomésticos, papel-cartón, envases, pilas, productos peligrosos, o materia orgánica); servicios de movilidad sostenible, como el sistema público de transporte con bicicletas convencionales y eléctricas; servicios de jardinería y mantenimiento de espacios naturales; construcción y rehabilitación sostenibles; y servicios de sensibilización medioambiental (charlas, cursos, visitas guiadas, etc.).

En el área del consumo sostenible y el comercio justo y solidario, la red colabora con los consumidores responsables ofreciendo productos recuperados (ropa, electrodomésticos, juguetes, libros, muebles, bazar, etc.), productos ecológicos (por ejemplo, en alimentación biológica, papel reciclado, etc.) y de comercio justo; mediante los cuales promueve el desarrollo sostenible del planeta y unas relaciones comerciales más justas. La red Koopera es un vehículo para posibilitar a toda la población el convertirse en agente activo del cambio social. Koopera facilita que la población desarrolle la sostenibilidad mediante la gestión de sus residuos y la realización de compras responsables.

Además, Koopera cubre las necesidades de personas en situación de emergencia social a través de una red de tiendas en las provincias de Bizkaia (en concreto, en Barakaldo, Bilbao, Durango, Ermua, Galdakao, Getxo, y Portugalete), Araba (en Vitoria) y Cantabria (en Santander), ayudando a que sus usuarios consigan una mejora en calidad de vida y en sus procesos de dignificación e integración.

En el ámbito de la acción social, ofrece hogares donde convivir y servicios de ayuda a domicilio para personas mayores o en situación de dependencia, así como servicios de cuidado puntual para niños y niñas. Además, los cuidadores de estos proyectos son personas en procesos de inserción, por lo que se puede hablar de integración social por ambos lados.

En lo relativo a la promoción de un mundo más equitativo, la red fomenta la economía social y solidaria en países en vías de desarrollo, con el objetivo principal de generar empleo social en estos países. En estos lugares, las partes locales se convierten en agentes activos de los proyectos desde sus comienzos. Por último, en cuanto a la promoción de la economía solidaria, impulsa diferentes iniciativas de emprendimiento de empresas sociales cooperativas que se caracterizan por ser innovadoras, eficientes, rentables y sostenibles.

Para llevar a cabo sus objetivos, Koopera dispone además de una tienda on line, en la que la entidad ofrece una larga lista de productos de alimentación ecológica, cestas de productos ecológicos, cosmética ecológica, productos de diseño ecológico, e incluso de recetarios de cocina sana, ecológica y asequible; y dinamiza las redes sociales para, desde la nube y adaptándose a las nuevas formas de comunicarnos, sensibilizar cada día a la población en que otras formas de economía son posibles. Dispone

también de salas y aulas bien equipadas, para promover conferencias, seminarios, y encuentros sociales y ambientales; y de distintos recursos informativos y formativos para educación ambiental.

En el terreno de la educación ambiental, Koopera proporciona recursos de información y formación para impulsar que la población colabore en la separación y reciclaje de los residuos, en la promoción de un consumo sostenible, y en la realización de actividades de mejora del medioambiente. Cuenta para ello con servicios propios de educación ambiental, tales como Agenda local 21 y Agenda 21 escolar, así como con la posibilidad de diseñar e implementar las campañas a medida que le soliciten sus entidades y personas usuarias. También ofrece jornadas y talleres en torno al consumo sostenible, es decir, al consumo que pasa por no gastar dinero pero sí por aportar valor.

Además, Koopera ofrece la organización y desarrollo de visitas guiadas a la planta de tratamiento de residuos Koopera Reusing Center y al Koopera Merkatua; visitas que están dirigidas a los distintos niveles de la educación no universitaria (infantil, primaria, ESO y bachillerato).

La planta Koopera Reusing Center, inaugurada en 2012, es una moderna instalación de 4.500 metros cuadrados para el tratamiento automático de residuos, que se encuentra situada en Mungia (un municipio de unos 16.000 habitantes, situada a poco más de veinte Km. de Bilbao) y cuyo proyecto cuenta con el apoyo de la Diputación Foral de Bizkaia y del Gobierno Vasco. El Koopera Merkatua, por su parte, es un local comercial inaugurado en 2009 y situado en el centro de Bilbao, con una superficie de 800 metros cuadrados, que sirve de referencia global a la actividad comercial de la organización.

Por su planteamiento original, merece la pena destacar un poco más la aportación que el Koopera Reusing Center supone. Para optimizar el tratamiento de los residuos, en el centro se ha implementado un sistema de clasificación y tratamiento automatizado que incorpora tecnología de reconocimiento de voz. Este pionero sistema permite la reutilización de todo tipo de objetos en la misma instalación con un criterio de eficiencia económica.

Fruto de todo ello, está previsto que Vizcaya consiga duplicar en pocos años las toneladas que se estima son reutilizadas en su territorio actualmente; y que se prevea alcanzar a medio plazo los siguientes porcentajes de trata-

miento, resultantes del proceso de clasificación del contenedor de la reutilización: un 45 % de reutilización; un 32 % de reciclaje; y un 23% de valorización/eliminación segura.

3. Responsabilidad social en Koopera

La Red Social Koopera promueve la creación de Empresas de Inserción, entidades que permiten formar a colectivos en situación o riesgo de exclusión social durante un periodo máximo de tres años y prepararlos para el mercado laboral ordinario. Esta fórmula jurídica y su concreción en Koopera mediante el modelo de actividad descrito anteriormente, resulta en sí misma un ejemplo evidente de responsabilidad social de la empresa, sin que sea necesario justificar ex post de manera más sesuda el carácter esencialmente social de la misma, tantos en las vertientes económica y asociativa como en la vertiente medioambiental.

Los datos aportados desde Koopera muestran que la red integraba en 2011 a siete cooperativas de iniciativa social (las seis cooperativas de primer grado citadas y la cooperativa de segundo grado), y cinco empresas de inserción. Mantenía 259 empleos en total, contando el de las empresas participadas; con 118 socios trabajadores y 136 puestos de inserción social, de los cuales 85 puestos de inserción transitoria y 51 empleos finalistas. Importa señalar, asimismo, que la red contaba con la colaboración de más de 250 personas voluntarias.

En cuanto a la responsabilidad social en materia específicamente medioambiental, la red Koopera informa de que recoge y trata selectivamente más de 16.400 Tm/año de residuos, con un ahorro anual de 5.900 Tm de CO₂ equivalente, que la entidad considera que equivalen a unos 1.700 vehículos retirados de las carreteras o plantar a plantar unos 20.000 árboles.

Claro es que los números no son más que una parte de la actividad económica y la responsabilidad social de una entidad del sector de la inserción social como es Koopera. Por encima de ello, destacan, en primer lugar, las expectativas vitales que se abren a las personas en riesgo de exclusión; en segundo lugar, la tarea educativa que se lleva a cabo en toda la sociedad, y en particular en su juventud; y con todo ello, la demostración práctica de que es posible desarrollar una vida económica solidaria y sostenible desde fórmulas cooperativas y asociativas, con una colaboración financiera de las

Administraciones Públicas que éstas recuperan más que proporcionalmente vía cotizaciones sociales e impuestos abonados por la red y por el ahorro en subsidios a las personas que su actividad laboral supone.

Y por último, Koopera posibilita a toda la población convertirse en agente activo de la mejora social y ambiental de su entorno: mediante la entrega selectiva de sus objetos usados y residuos, en los contenedores de Koopera, y con las compras responsables que se pueden realizar en los puntos de venta con que cuenta la red.

4. Impacto social y reconocimientos

El alcance social de la red Koopera es realmente considerable: la entidad señala como colaboradores de la misma a un total de 142 ayuntamientos, 140 empresas y 1,8 millones de personas particulares que de un modo u otro se benefician de los servicios del grupo. A su vez, la entidad es miembro activo de REAS, Red de Economía Alternativa y Solidaria, que aglutina organizaciones comprometidas con principios de actuación como igualdad, empleo, medio ambiente, cooperación, no lucro y compromiso con el entorno; así como de AERESS (Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria).

En junio de 2009, Koopera recibió el premio al mejor proyecto emprendedor de economía social y solidaria, concedido por Lan-Ekintza, una agencia de desarrollo local de Bilbao. El premio destaca que a través de su incorporación como socios, Koopera trabaja por empoderar a las personas en riesgo de exclusión, mediante la realización de actividades pioneras en materia medioambiental, en la que estas personas se convierten en sus protagonistas desde los comienzos de los proyectos.

Según la entidad Lan-Ekintza, la Red Social Koopera recibió el premio por el compromiso que muestra con los principios recogidos en la Carta Solidaria Empezar por un mundo solidario; por la igualdad que promueve entre las personas de su organización; por la creación de empleo estable que genera, especialmente para aquellas personas en situación o riesgo de exclusión social; por la mejora del medio ambiente que realiza con sus productos, acciones y métodos de producción; por la cooperación que desarrolla en lugar de la competencia; por ser una red sin carácter lucrativo, cuyo beneficio repercute directamente a la sociedad; y por el compromiso que tiene

con el entorno en el que se desarrolla, lo que le exige la cooperación con otras organizaciones y el trabajo en red.

Por otra parte, y con el objetivo de visibilizar en mayor medida ante la sociedad la necesidad de un cambio de modelo medioambiental y la utilidad de las actividades de la red Koopera, en junio de 2012 tuvo lugar la celebración de la primera edición de los Premios Koopera Saria (Saria significa Premio en euskera). Un premio justificado por el Presidente de la entidad afirmando que “desde nuestro nacimiento, hace ya más de dos décadas, hemos contado con la colaboración silenciosa de muchas personas y entidades, que con su día a día, están siendo claves en la transformación de nuestra sociedad. El nacimiento de los premios Koopera es la manera de poder reconocerles y agradecerles.”

Los premios se organizan en cuatro categorías distintas. En la primera de ellas, el premio Koopera a la Sostenibilidad lo recibió la Mancomunidad de Uribe Kosta, una organización pública integrada por los municipios vizcaínos de Berango, Sopelana, Urdúliz, Barrika, Górliz, Plentzia y Lemoiz, junto al Cantábrico; reconociendo la innovación desarrollada para la mejora ambiental de su Mancomunidad, como han sido el proyecto Bizimeta (un proyecto pionero de transporte urbano sostenible, basado en el préstamo de bicicletas), la inclusión de las cláusulas sociales para la recogida del papel, el pionero desarrollo de su Agenda 21, el proyecto *carsharing* (alquiler social de vehículos de motor), etc.

El Premio Koopera a la Integración Social fue concedido a Iosu Madariaga, Diputado Foral de Medioambiente, valorando su impulso a la implantación en Vizcaya de nuevas fórmulas de actividad, que han posibilitado la creación de empleo social; siendo ejemplo de ello la implantación de contenedores de textil, la inclusión de convenios con entidades sociales en el Plan de Prevención de Residuos de Vizcaya 2010-2016, la creación de la empresa mixta público-social Berziklatu, así como su apoyo a Koopera Merkatua y a la construcción de Koopera Reusing Center.

El Premio Koopera al Compromiso Social fue concedido al grupo de más de cien mujeres voluntarias de Caritas Vitoria, por su trabajo silencioso, propiciando una notable mejora en la atención de ropa usada en esta ciudad; habiendo llevado a cabo en un año alrededor de setecientas atenciones a sus personas usuarias, y favoreciendo de esta forma la integración social de personas vulnerables.

Por último, el Premio Koopera al Consumo Responsable recayó en la Asociación Bizigai, una entidad asamblearia sin ánimo de lucro, con sede en el barrio bilbaíno de Santutxu, que promueve y pone en práctica el consumo de productos que respeten la salud y el medio ambiente en su producción y elaboración; premiada por su impulso a la agricultura ecológica y por ser capaz de aglutinar, mediante una asociación de consumo, a personas que apuestan por ejercer una alimentación responsable con el ecosistema, la biodiversidad y consigo mismos.

5. Conclusiones

La Red Social Koopera está encabezada por una cooperativa de segundo grado, de iniciativa social, que actúa preferentemente en Vizcaya en los campos de la formación y el empleo de personas en situación vulnerable y el activismo medioambiental. Su red se ha ido tejiendo en un largo proceso de más de veinte años, y reúne tanto cooperativas de primer grado como otras fórmulas asociativas.

Frente a otras opciones mercantiles, la experiencia de la red Koopera muestra que es posible gestionar eficientemente los residuos urbanos desde el cooperativismo, a la vez que se crea empleo para colectivos vulnerables, se recicla una parte significativa de tales residuos, se aportan recursos materiales de primera necesidad a colectivos humanos que los necesitan; y se ofrece la posibilidad del ejercicio de un consumo sostenible a toda la sociedad.

Los elementos más destacados de la actuación de la red en materia de RSE son su apuesta por un centro avanzado de reciclaje de residuos como es Koopera Reusing Center; el desarrollo de iniciativas innovadoras de inclusión social por medio de las cooperativas de primer grado del grupo; y visitas guiadas y campañas en materia de educación medioambiental.

REFERENCIAS

Diputación Foral de Vizcaya (2012): *Dossier Koopera Reusing Center*. 11 de mayo. En <http://www.bizkaia.net>

Escuela de Organización Industrial (2011). *Economía abierta. Koopera*. En <http://es.scribd.com/doc/59003824/86/KOOPERA>

Koopera (2011): *Koopera. Experiencia pionera en Innovación Social Sostenible*. Pamplona, 29 de junio.

Portal de la Economía Solidaria (2012): *Catálogo Social. Red Social Koopera*. <http://www.economiasolidaria.org>

FICHA BÁSICA DE KOOPERA

Denominación	Red Social Koopera Gizarte Sarea, S. Coop.
Tipología	Cooperativa de iniciativa social, de segundo grado
Constitución	2008
Dirección	Polígono Zabalondo, Deriobidea 57. Mungia 48100 (Bizkaia)
Teléfono	944 523 374
Página web	www.koopera.org
Contacto electrónico	j.gonzalez@koopera.org
Presidente/a	Oscar Pérez
Director/a General	Javier Mariño
Responsable de RSE	Iker Asua
Facturación (año)	9.132.836 euros (red)
Empleo (año)	259 (2011, red)
Socios/as (año)	118 (2011, red)

2.18 La Fageda



1. Introducción

La Fageda es una sociedad cooperativa catalana limitada, sin ánimo de lucro, que fue creada en 1982 y actúa principalmente como una empresa productora del sector agroalimentario, aunque sin limitarse estrictamente a este sector. La entidad tiene como finalidad la integración sociolaboral en el ámbito de la comarca de la Garrotxa, provincia de Girona, de las personas que padecen discapacidad intelectual o trastornos mentales severos.

La producción de la cooperativa tiene lugar casi íntegramente en la citada comarca, y sus actividades principales se llevan a cabo en el sector primario, en particular la producción de yogures. Sus principales instalaciones están situadas en las proximidades de la fageda (en catalán, hayedo) d'en Jordà, en el centro del Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa.

Bajo la marca La Fageda coinciden tres entidades jurídicamente distintas pero entrelazadas de tal modo que responden a un mismo objetivo global y tienen una misma cadena de mando. La cooperativa proporciona la base económica y laboral; la Fundación de Servicios Asistenciales de la Garrotxa se ocupa del alojamiento y de las actividades terapéuticas, de integración en la comunidad y de ocio; y la Fundación Sentit presta los servicios empresariales y administrativos necesarios para el conjunto, a la vez que tiene una función de custodia de su patrimonio.

En el año 2011, la cooperativa obtuvo una facturación 11,5 millones de euros, con un empleo total de 289 trabajadores (13 más que en 2010), de los cuales 221 son socios/socias. Tanto la facturación como el empleo han crecido respecto del ejercicio precedente. De esta manera, se aprecia que La Fageda ha logrado consolidar un proyecto socialmente valioso y económicamente rentable, de gran prestigio social en Cataluña, que es una referencia para todo el sector de la inserción laboral de personas con discapacidad.

2. Modelo de actividad

La Fageda fue creada en 1982 para proporcionar una respuesta tanto terapéutica como laboral a los enfermos mentales de los psiquiátricos de Girona. Su creación fue impulsada por un emprendedor nato, D. Cristóbal Colón Palasí, con la ayuda de distintas personas especializadas en la atención psiquiátrica y psicológica a las personas con discapacidad intelectual, y con el apoyo del Hospital Psiquiátrico de Girona y del Ayuntamiento de Olot. Actualmente, la empresa tiene su sede en la finca Els Casals, en el municipio de Santa Pau, cercano a Olot; finca adquirida en 1984 y en la que lleva a cabo la mayor parte de sus actividades desde 1987.

La misión de la empresa es la de proporcionar trabajo en condiciones de mercado a aquellas personas con discapacidad intelectual y enfermos mentales severos de la comarca que están en condiciones de desempeñar un trabajo, así como proporcionar servicios de terapia ocupacional, alojamiento y ocio a las personas con discapacidad intelectual de la comarca que los necesiten. La cooperativa no tiene ánimo de lucro, de manera que el excedente de sus actividades mercantiles revierte en la creación adicional de empleo en la empresa, y en mayores medios para la atención terapéutica y los servicios a sus trabajadores y al resto de personas atendidas por la entidad.

Las actividades de La Fageda cubren distintos sectores productivos, tales como una explotación ganadera con más de 500 cabezas de ganado vacuno y una producción de dos millones de litros anuales de leche; sus plantas de elaboración de productos lácteos y de helados; las actividades relacionadas con los viveros, la horticultura y la producción de conservas y mermeladas; las actividades de jardinería; y la atención a las personas que visitan sus instalaciones atraídas por la belleza del paisaje y la singularidad de la empresa.

Los productos lácteos, que suponen aproximadamente un 85% de la facturación de la cooperativa, se sirven en unos 1.500 puntos de venta en toda Cataluña, incluyendo las principales cadenas de supermercados; comercializándose además en hospitales, centros escolares, administraciones públicas, residencias de ancianos, etc. La entidad dispone de casi una veintena de referencias comerciales de yogures, además de los productos específicos que canaliza a las industrias de la hostelería, la restauración y el catering.

Al lado de la vertiente productiva de la Fageda, hay que situar también sus vertientes asistencial y gerencial, pues, como queda dicho, existe una unidad de objeto y de dirección en la actividad del grupo. La Fundación Privada de Servicios Asistenciales de la Garrocha (FPSAG) y la Fundación Sentit comparten sede con la cooperativa.

La FPSAG, creada en 1997, tiene por objeto proporcionar a las personas con discapacidad de la cooperativa los servicios de terapia ocupacional, alojamiento, ocio e inserción laboral; siendo los consejeros de la cooperativa los patronos de la Fundación. La Fundación Sentit, creada en 2004, proporciona los servicios necesarios para garantizar que la Cooperativa y la FPSAG puedan desarrollar sus objetivos, tales como servicios financieros, comerciales, de comunicación, administrativos, legales, y de gestión global. La Fundación Sentit es titular de los bienes inmuebles y de la marca de la cooperativa.

3. Responsabilidad social en La Fageda

La sostenibilidad social, medioambiental y económica es la principal lección que cabe extraer de una experiencia tan original como la de La Fageda. Sostenibilidad social que se basa en la capacidad del proyecto de crear y mantener empleo para las personas con discapacidad intelectual y mental de su comarca. Sostenibilidad medioambiental, por cuanto el proyecto potencia los recursos naturales de la zona y contribuye a su desarrollo. Sostenibilidad económica, que se refleja en la evolución positiva de sus ingresos, de su balance y del excedente de la cooperativa.

Es evidente que la responsabilidad social de una empresa como La Fageda radica, en primer lugar, en su propio modelo global de actividad, que en este caso se basa en la generación de empleo para personas con discapacidad intelectual severa, así como en satisfacer mediante otras entidades del

grupo las necesidades de alojamiento, asistenciales, etc., de estas personas. Los datos existentes acerca del volumen de empleo generado, su crecimiento y su estabilidad, indican que La Fageda cumple adecuadamente estos objetivos, y no cabe mejor indicador de la responsabilidad social de la entidad que ello.

Importa destacar que en la aplicación de su modelo de actividad, La Fageda no utiliza comercialmente el argumento de ser una entidad social y tener trabajadores con discapacidad, sino que basa su política de comunicación en la calidad de sus productos, en su utilización de procesos de producción respetuosos con el medio ambiente y en el uso de materias primas autóctonas. Resalta asimismo el hecho de que la cooperativa no realiza publicidad de sus productos, dirigiéndose a un segmento de consumidores informados y responsables, y ahorrándose de paso costosas campañas publicitarias.

Para explicar los detalles de su funcionamiento en materia de responsabilidad social de la empresa, la entidad ha publicado sus Memorias de Sostenibilidad correspondientes a los años 2009, 2010 y 2011. La Fageda define en su Memoria de 2011 un total de 19 grupos de interés, cuya relación con la cooperativa se puede estructurar para los fines del presente estudio del siguiente modo: a) personas con relación laboral con la entidad, lo que incluye socios de trabajo y personas contratadas); b) personas usuarias de los servicios sociales del grupo, ya sean servicios asistenciales, terapia ocupacional o servicios residenciales, así como los familiares de tales personas; c) miembros de los Consejos y Patronatos del grupo que no trabajan en la cooperativa; d) clientes, consumidores y visitantes; e) colaboradores estratégicos y proveedores; f) servicios sociales; g) ayuntamientos y otras administraciones públicas; h) comunidades local y virtual, y medios de comunicación. La cooperativa especifica de manera concreta la composición de cada grupo de interés, detallando sus principales relaciones con cada uno de ellos.

Entre las características del empleo en La Fageda, destaca que en 2011 existe prácticamente paridad laboral de género en la misma, pues las mujeres suponen un 46% de la plantilla. Un 67% de esta plantilla está formada por personas de más de cuarenta y cinco años de edad, lo que resulta muy remarkable; y un 89% de la misma tiene contrato laboral indefinido (lo que supone dos puntos más que en 2010). Un 47% de las contrataciones laborales de

la cooperativa se llevan a cabo aplicando criterios de discriminación positiva en favor de personas con discapacidad.

Un componente destacado de la cultura de la organización es su elevada flexibilidad organizativa, de modo que todas las personas que trabajan en La Fageda pueden ir cambiando de tarea entre las actividades (jardinería, viveros, vaquería, planta industrial) a solicitud de los propios empleados o de sus terapeutas. La entidad informa, por otra parte, de que dispone de distintas medidas de conciliación familiar y laboral, en particular en lo relativo a la flexibilidad del horario laboral de entrada y salida, la jornada reducida y la jornada intensiva.

La sostenibilidad económica de la cooperativa se acredita mediante sus cifras de balance total, 8 millones de euros de activos en 2001, frente a 7,8 millones en 2009; de sus patrimonio neto, que alcanza en 2011 la cifra de 4,1 millones de euros, frente a 3,5 millones en 2009; y por un resultado empresarial después de impuestos de 252 miles de euros, ligeramente inferior a los 307 miles del ejercicio 2009.

La vertiente medioambiental de la sostenibilidad de La Fageda está certificada por la ISO 14001 medioambiental; y la entidad se encuentra adherida al Código de Gestión Sostenible de la Empresa de La Garrotxa y el Collsacabra (una comarca próxima a la Garrotxa).

En sus memorias, la entidad presenta datos detallados acerca de su consumo de agua y de energía, de su generación de residuos, y de su situación respecto de la contaminación del suelo, del aire, acústica y lumínica. De tales datos se deduce una mejora habitual en los indicadores medioambientales de la cooperativa, aunque también se pueden observar un empeoramiento en algunos otros, respecto de los cuales La Fageda proporciona las adecuadas explicaciones y establece sus planes de corrección.

Dado que la vaquería ocupa una parte central de la actividad de la cooperativa, es interesante destacar su política de tratamiento de los purines (líquidos formado por las orinas de los animales y lo que rezuma del estiércol). La Fageda dispone de un plan de tratamiento de purines a través de la Asociación local ARADA, que establece que cada socio debe mantener una determinada proporción entre los purines que genera y las tierras que gestiona; de manera que La Fageda ha establecido un convenio con distintos campesinos de la zona que le han cedido su cuota de tierras que necesita

en relación a su volumen de purines. Para minimizar este volumen, la granja los somete a deshidratación, utilizándose por separados las fracciones líquida y sólida en dispersión como fertilizante y en compostaje, respectivamente.

Desde el punto de vista de las relaciones de La Fageda con su entorno social amplio, destaca que la entidad forma parte de la Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado de Cataluña; de la Federación de Cooperativas Agrarias de Cataluña; del grupo DINCAT (Discapacitados Intelectuales de Cataluña), formado por unas 300 entidades sin ánimo de lucro que trabajan atendiendo a unas 31.000 personas con estas características; y de la Asociación Catalana de Trabajo con Apoyo, ACTAS. Además, como es lógico, la cooperativa participa de un buen número de asociaciones de carácter empresarial general.

Un indicador interesante del impacto social de La Fageda es la gran cantidad y variedad de los estudios académicos y las noticias en los medios de comunicación que genera la cooperativa, lo que muestra la receptividad social a sus objetivos y a sus procesos.

Según la Memoria de 2011, la cooperativa desempeña su actividad mediante un elevado nivel de arraigo territorial: el 94% de sus trabajadores residen en la comarca de la Garrotxa, comarca que recibe asimismo el 87% de las inversiones de la empresa. El 99% de sus ventas se lleva a cabo en Cataluña, y el 61% de sus compras se realiza en Girona. En cuanto al activismo comarcal y local, la cooperativa está presente de manera habitual en distintas actividades culturales de la zona, como son ferias, exposiciones, competiciones deportivas, etc.

4. Impacto social y reconocimientos

La Fageda obtiene regularmente una cantidad significativa de ayudas y subvenciones públicas y privadas, entre las que cabe destacar las relativas al Instituto Catalán de Asistencia y Servicios Sociales, la Seguridad Social, FEOGA, FORCEM, la Obra social o fundacional de varias cajas de Ahorros (Caja Madrid; La Caixa; Caixa Girona; Caixa Sabadell) y de otras empresas y entidades de distinta naturaleza (por ejemplo, Fundosa Grupo, Fundación Accenture, Fundación Félix Llobet Nicolau), etc.

Respecto de sus actividades en intercooperación, el componente asociativo externo de La Fageda es muy notable, resaltando al respecto su condición

de socio fundador del grupo CLADE, el primer grupo cooperativo de Cataluña, de carácter multisectorial. Destaca asimismo que la empresa es cofundadora de Sinergrup, una asociación creada en 2004 que reúne a ocho entidades de atención a las personas con discapacidad intelectual y mental, que daba trabajo en 2011 a más de 2.000 personas, siendo más de la mitad de ellas personas con discapacidad.

Un ejemplo concreto de las actividades de intercooperación de La Fageda es su acuerdo de reciprocidad con Abacus Cooperativa, miembro del Grupo Clade (el primer grupo cooperativo de Cataluña) para comercializar sus yogures en la principal tienda de Abacus en Barcelona, a la vez que La Fageda ha abierto un “espacio Abacus” en su propio servicio de atención a visitantes.

En el apartado de méritos y reconocimientos, la calidad de su proyecto y su profundo sentido social han reportado a los cooperativos distintos premios, como por ejemplo de la ONCE, de la Fundación Empresa y Sociedad, de la Schwab Foundation, etc. Entre los premios más recientes, destaca el accésit en los premios Aster de la escuela de negocios ESIC, por su trayectoria empresarial; el de finalista de los premios Building Communities, concedido por una fundación de dos empresas consultoras catalanas; o el hecho de que el ranking “Merco Personas” (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) sitúa a la cooperativa entre las 100 mejores empresas para trabajar en España.

5. Conclusiones

La cooperativa La Fageda ha consolidado a lo largo de su existencia un modelo productivo propio y sostenible, capaz de proporcionar empleo a las personas con discapacidad intelectual y mental de la comarca de La Garrotxa, hasta el punto de conseguir prácticamente el pleno empleo de este colectivo en la zona, y de generar a la vez un excedente financiero anual que revierte en sus propias actividades sociales.

La entidad se caracteriza además, entre otras consideraciones, por su estrecha vinculación al territorio en el que opera (con una vocación expresa de circunscribirse al ámbito de su Comunidad Autónoma, tanto en lo referente al desarrollo de su producción como de los mercados a los que abastece),

por sus ligámenes con el resto de la economía social de Cataluña, y por el apoyo social que concita.

Los logros anteriores son la consecuencia de una combinación de elementos, entre los que destaca la capacidad emprendedora de las personas impulsoras del proyecto, que actualmente continúan liderándolo, y el haber sido capaces de detectar y cubrir un nicho de mercado en el sector del yogur, los yogures de granja o artesanos, en los que el consumidor busca una oferta de calidad y medioambientalmente sostenible. Al lado de su actividad central, la cooperativa lleva a cabo otras tareas (viveros, jardinería, visitas guiadas, etc.) con un potencial de desarrollo futuro bastante considerable.

REFERENCIAS

Escuela de Organización Industrial (2010): *Economía Social*. Capítulo dedicado a La Fageda. Madrid, EOI.

La Fageda (2012): *Memoria de sostenibilitat*. En <http://www.fageda.com>

Mediared (2010); *Documental para Línea 900* (La 2 TVE) sobre La Fageda.

Newsletter ICO (2011): *Entrevista a Cristóbal Colón, fundador de La Fageda*.
En <http://www.ico.es/web/contenidos/6/1/9752/index>

FICHA BÁSICA DE LA FAGEDA

Denominación	La Fageda, Sociedad Cooperativa Catalana Limitada
Tipología	Cooperativa de trabajo asociado con socios consumidores
Año de creación	1982
Dirección	Els Casals, s/n 17811 Santa Pau (Girona)
Teléfono	972 68 1010
Página web	www.fageda.com
Contacto electrónico	fageda@fageda.com
Presidente/a	Cristóbal Colón
Director/a General	Josep María Corbinos
Información sobre RSE	Albert Riera (Director de Comunicación)
Facturación (año)	11,5 millones euros (2011); 10,8 (2010)
Excedente (año)	342,7 miles de euros (2011); 252,4 miles (2010)
Empleo (año)	289 (2011)
Socios/as (año)	221 (2011)

2.19 Nafarco

nafarco

COOPERATIVA FARMACÉUTICA NAVARRA, S. Coop.

1. Introducción

La Cooperativa Farmacéutica Navarra S. Coop., NAFARCO, es una entidad comercial con sede social en Noáin, una población de 7.527 habitantes en 2011, cercana a Pamplona. Fundada en 1959, se dedica sobre todo al almacenamiento y distribución de medicamentos y productos sanitarios, actuando como un ente intermedio entre los laboratorios fabricantes y las farmacias asociadas; además de ofrecer a sus socios una amplia variedad de servicios adicionales.

La cooperativa se presenta como líder de la distribución farmacéutica de Navarra, provincia en la que centra un 95% de su actividad, distribuyendo también en algunos puntos del País Vasco, La Rioja y Huesca. Actualmente cuenta con una plantilla de 64 personas, una masa social de 390 socias y socios, 150 clientes, y una facturación anual de 92 millones de euros, referida al ejercicio 2009.

Nafarco define su misión como la de ser una cooperativa farmacéutica con vocación de largo plazo, con el objetivo de facilitar y mejorar la gestión empresarial de sus socios, asegurar el abastecimiento responsable de medicamentos y productos sanitarios entre los socios, y trabajar hacia la sostenibilidad y fomentarla entre socios y empleados mediante un ejercicio profesional responsable y solidario.

Destaca al respecto que el compromiso de la entidad con la responsabilidad social se inscribe en el propio mapa básico de valores de la cooperativa, que define su política en materia de RSE del siguiente modo: “ser responsables y transparentes, en la ejecución, definición y mejora de todos los procesos de la empresa, de forma que la actividad de Nafarco no perjudique a las generaciones actuales ni futuras. Ser responsables con el medio y ser responsables en las relaciones con los grupos de interés”.

La entidad, juntamente con la Cooperativa Farmacéutica Asturiana, COFAS, y la Distribución Farmacéutica Guipuzcoana, DFG, forma parte del Grupo Unne, una cooperativa de segundo grado constituida en 2008 por estas tres sociedades de distribución farmacéutica líderes del sector en sus provincias. El objetivo del Grupo Unne es posicionarse en el sector de la distribución farmacéutica aglutinando el potencial de compra de sus socios, así como desarrollar métodos y sistemas de trabajo que mejoren y potencien las sinergias dentro del grupo. Asimismo, Unne traslada ofertas comerciales homogéneas de los laboratorios a todas las farmacias del perímetro de actuación de sus socios.

El Grupo Unne sirve en la actualidad, según sus propios datos, a unas 1.200 farmacias, alcanzando un 4% del mercado nacional. Su área de actuación comprende, además de Navarra, las provincias de Asturias, Guipúzcoa y Cantabria. Actualmente se realizan a través del Grupo Unne aproximadamente un 75% de las compras de las tres empresas socias, trabajando de esta manera con los 60 laboratorios más importantes de España. La facturación del grupo en el año 2010 fue de 302 millones de euros. Unne tiene su domicilio social asimismo en Noáin, y en su Consejo Rector figura como Vicepresidente el Presidente de Nafarco.

2. Modelo de actividad

El suministro de medicamentos y productos sanitarios a las farmacias socias y, en menor medida, a otros clientes es la actividad central de Nafarco, que para ello dispone de ocho rutas en Pamplona y su área metropolitana con una frecuencia de distribución de tres veces al día, y de ocho rutas comarcales, con distribución dos veces al día. Se trata de una actividad en la que la empresa asegura tanto una elevada disponibilidad (debida a sus almacenes centralizados y altamente automatizados, con más de 24.000 productos

sanitarios), como un alto nivel de calidad en la atención de las consultas y en la entrega en plazo. Además de distribuir medicamentos de sus almacenes, la cooperativa lleva a cabo la adquisición y entrega de otras referencias no en stock que le solicita su clientela (servicios de encargo), así como la distribución de productos adquiridos directamente de las farmacias a los laboratorios farmacéutico, a demanda de éstos (servicios transfer).

Más allá de su actividad comercial central, Nafarco proporciona a sus asociados una amplia variedad de servicios financieros, servicios informáticos, clubs de compras mediante acuerdos específicos con ciertas marcas, servicios de consultoría, adquisición para los socios de productos o servicios de material de oficina, imagen y sonido, electrónica, etc. Se trata en todos los casos de aprovechar la dimensión del grupo y la propia solvencia de sus asociados para conseguir para ellos una relación calidad precio especialmente favorable en las compras que van más allá de su actividad farmacéutica.

Nafarco actúa en un sector como el de la distribución farmacéutica que viene atravesando por algunas dificultades de importancia, como son las medidas de reducción de precios y márgenes decretadas periódicamente por las Administraciones Públicas con el fin de recortar la tendencia al alza del gasto sanitario. Sin embargo, ello no afecta a su eficiencia ni proximidad a su clientela.

3. Responsabilidad Social Empresarial de la cooperativa

Respecto de la política general de Responsabilidad Empresarial, la cooperativa Nafarco sitúa la misma al mismo nivel que sus políticas de calidad en la gestión y de seguridad y salud laboral, incluyéndola de manera explícita en su misión, desarrollándola mediante la aprobación de un Código Ético y de Conducta, y detallándola de manera concreta mediante un grupo de once políticas que especifican la declaración de la misión en esta materia.

El Código Ético y de Conducta, aprobado por el Consejo Rector en 2009 y revisado en 2010, tiene como propósito poner en conocimiento de los grupos de interés de la entidad los valores y principios generales de Nafarco y las personas que la integran, a fin de garantizar un comportamiento ético y responsable en el desarrollo de su actividad, más allá del obligado cumplimiento de la Ley.

En aplicación del Código Ético, la entidad define anualmente su Plan de RSE, que debe necesariamente estar integrado el Plan de Actuación de la empresa. La verificación de la conformidad del sistema de gestión ética y el cumplimiento de los compromisos y planes debe realizarse bianualmente, mediante un comité de interno de auditoría.

Consecuentemente, Nafarco ha definido su Política de Responsabilidad Empresarial en un documento público, marcando los siguientes compromisos en los aspectos más directamente propios de la RSE: a) desarrollar un sistema de gestión que le permita conseguir una mejora continua de su responsabilidad social; b) respetar, ante sus empleados, la igualdad de oportunidades, de trato, su privacidad, su libertad de opinión, garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable, la formación necesaria, la estabilidad en el empleo, una retribución justa, así como a evitar formas de persecución psicológica; c) promover en todos los empleados un mayor grado de solidaridad, responsabilidad y participación social; d) ofrecer a sus clientes un servicio de calidad, en el plazo acordado, mantener la debida confidencialidad y respeto a la privacidad de sus datos, adoptar una actitud de honestidad y disponer de procedimientos para el tratamiento de sugerencias y reclamaciones; e) ofrecer a sus proveedores, para que su gestión sea socialmente responsable, el establecimiento de relaciones mutuamente beneficiosas, libres, respetuosas y honestas, y mantener la debida confidencialidad y respeto a la privacidad de sus datos; f) mantener con la Administración una relación de transparencia, honestidad y colaboración; g) fomentar en la Sociedad y en los clientes la participación en actividades solidarias, actividades de comunicación y divulgación de prácticas saludables; h) mantener un canal de comunicación social, con criterios de transparencia, fomentando una relación de cooperación con las autoridades y un diálogo abierto con las partes interesadas, a cuya disposición pone esta política; i) gestionar su actividad de modo eficaz y eficiente, compatibilizando su actividad empresarial con el ejercicio de su responsabilidad social.

Nafarco distingue tres grupos de actuaciones concretas en materia de RSE, relativas, respectivamente, a sus trabajadores, su entorno social general, y el entorno de las entidades del Tercer Sector en particular.

En relación a sus trabajadores, la cooperativa destaca sobre todo por la implantación desde 2009 de sus Planes de Igualdad y sus Planes de Conciliación, habiendo obtenido en 2009 el sello Re-concilia, otorgado por

la Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra (Amedna). Un segundo aspecto es el desarrollo de una treintena de acciones de formación continua, que alcanzan al 98% del personal, en su mayoría mujeres; destacando, por último, el fomento del espíritu de equipo, mediante la participación de su personal en varios campeonatos de empresas

Respecto de su entorno social, Nafarco lleva a cabo un conjunto de actividades, con carácter permanente en unos casos y puntual en otros. Destacan entre las actividades permanentes las referentes a la creación de Equipos de salud en las farmacias, una iniciativa tendente a facilitar al público la atención por personal experto en nutrición y dietética a través de las oficinas de farmacia, con el fin de mejorar los hábitos alimenticios tanto de la población en general como de los colectivos poblacionales más necesitados de este tipo de atención. Adicionalmente, Nafarco colabora permanentemente con una serie de entidades sin fines de lucro tales como la Asociación Española Contra el Cáncer, AECC, la Fundación para la Ayuda Marginal, FUPAM, la empresa de iniciativa social ELKARKIDE, o BARAZKIN, una fundación para la inserción sociolaboral de personas en situación o riesgo de exclusión.

Algunas actividades en este campo pero de alcance más puntual son las relativas a la colaboración con asociaciones del ámbito sanitario (por ejemplo, de trasplantados y enfermos hepáticos, de donantes de médula ósea, o de cáncer de mama), la promoción de las libretas de salud para personas mayores o polimedicadas, la entrega gratuita de varios miles de dosis de vacunas de la gripe A, el envío de material a escuelas de Guinea y de Senegal, o a un hospital de Nicaragua, etc.

La colaboración con distintas entidades del Tercer Sector es una parte específica del compromiso social de Nafarco, tanto mediante actividades permanentes como puntuales. Cabe citar, por ejemplo, la donación de alimentos infantiles y de otros productos al Banco de Alimentos; el apoyo a la Asociación pro Derechos de las Mujeres Maltratadas, a Farmacéuticos Sin Fronteras, a Unicef, a Médicos Sin Fronteras, a la Asociación Ayuda al Tercer Mundo, etc.

En la dimensión medioambiental de la Responsabilidad Social Empresarial de Nafarco destacan tres ejes. Por un lado, la empresa realiza un seguimiento sistemático de sus inputs y residuos con impacto medioambiental, cuantificando por ejemplo los kilos reciclados al año de cartón y de pro-

ductos SIGRE (así denominados por ser tratados por una entidad sin ánimo de lucro de esta denominación, creada para garantizar la correcta gestión medioambiental de los envases y restos de medicamentos de origen doméstico), las unidades de informática entregadas a una organización social de reciclaje y reutilización, el porcentaje de cartuchos de tinta reciclados, el consumo de agua, de papel y sobres; o el gasto energético incurrido.

En un segundo eje medioambiental, la cooperativa lleva a cabo medidas concretas de aumento de la eficiencia energética de sus procesos e instalaciones, en materia de calefacción, aire acondicionado, o ahorro energético (por ejemplo, la instalación de pulsadores de presencia o la renovación periódica del aire para reducir el aire acondicionado necesario, la instalación de sensores de luz para encendido y apagado automático, etc.). En tercer lugar, Nafarco realiza determinadas acciones y campañas en pro de la sensibilización de su personal y sus asociados en el cuidado del medio ambiente, como por ejemplo la sustitución de bolsas de plástico por bolsas biodegradables compostables, ofrecidas en toda la red de farmacias atendidas.

4. Impacto y reconocimientos

En el desarrollo de sus actividades, Nafarco ha conseguido la certificación ISO 9001:2000 (2003-2009), así como el sello EFQM 400+, de la Fundación Europea para la Calidad de la Gestión. En este último caso, obtuvo en 2010 el Premio Navarro a la Excelencia 2010, en su categoría de Pequeñas y medianas Empresas. Se trata en este caso de un galardón entregado por la Fundación Navarra para la Excelencia a distintas entidades, en diferentes categorías de menor a mayor nivel de compromiso con la calidad. En el caso de Nafarco, la cooperativa obtuvo, ex aequo, la mayor puntuación entre las presentadas a los premios, alcanzando la categoría de Excelencia Europea 400+.

La cooperativa, que decidió en 2008 la implantación en la misma del modelo EFQM en 2008, ha ido mejorando tal implantación, pasando de los niveles Excelencia Sello de Compromiso a la Excelencia Europea 200+ en 2007, al Sello Excelencia Europeo 300+ en 2008, y espera alcanzar el máximo nivel de Excelencia 500+ en un futuro próximo.

En 2009, Nafarco obtuvo el Sello Re-concilia, concedido por la Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra (Amedna). Se trata de una

distinción que forma parte del proyecto de Amedna Acciones empresariales por la Conciliación de la Vida Laboral y Personal, en marcha desde 2004, y que tiene como objetivo la implantación de políticas de conciliación en el tejido empresarial navarro así como la promoción del empleo femenino. El Sello Reconcilia, pionero en la Comunidad Foral, valora a las empresas que aplican o inician políticas internas en materia de conciliación empresa-persona a través de talleres, formación y tutelaje.

En 2011, Nafarco recibió el Premio SIGRE, concedido por SIGRE Medicamento y Medio Ambiente. Se trata de un premio que se otorgó a Nafarco en reconocimiento a su “contribución extraordinaria a la gestión medioambiental” por sus iniciativas en materia de reciclaje de residuos, reducción de consumos, ahorro energético, implantación de gestión documental digital y distribución a las farmacias de unas 72.000 bolsas biodegradables y compostables. Este premio trata de poner en valor la buena gestión de empresas y centros de distribución farmacéutica a favor de la mejora del medio ambiente, la prevención del calentamiento global, la reducción de la generación de residuos y el desarrollo sostenible.

5. Conclusiones

Nafarco es una cooperativa comercial del sector farmacéutico, con una larga vida desde su ya lejana creación en 1959, y que cubre una gran parte de las demandas de las farmacias de la provincia de Navarra. Además, a través del grupo Unne, ha establecido una alianza con otras dos cooperativas de alcance provincial, bajo la forma jurídica de cooperativa de segundo grado.

La entidad lleva a cabo una gran variedad de acciones concretas de RSE, tanto a nivel social interno como externo como en materia medioambiental. En el primer bloque de actividades se puede destacar, por ejemplo, su definición en 2009 de un Código Ético y de Conducta propio, y su colaboración con número considerable de ONG del ámbito sanitario. En materia medioambiental, destaca sobre todo su compromiso con la recogida de medicamentos y envases caducados o superfluos, por lo que Nafarco recibió en 2011 el Premio SIGRE.

REFERENCIAS

Empresarios (2011). "Entrevista a Juan Jesús Hernández, Gerente de Nafarco".
En <http://www.periodicoempresarios.com>

Nafarco (2012): *RSE en Nafarco*. Documentación facilitada por la cooperativa.

Nafarco (2010): *Código ético y de conducta de Nafarco, S. Coop.* Rev. 1, junio.
Documentación facilitada por la Cooperativa.

Noticias de Navarra (2010): "Salesianos Pamplona y Nafarco, Premio Navarro a la Excelencia 2010". 10 de noviembre,

Noticias de Navarra (2011): "Nafarco recibe el Premio Sigre por su gestión medioambiental". 26 de noviembre.

FICHA BÁSICA DE LA ENTIDAD

Denominación	Cooperativa Farmacéutica de Navarra
Tipología	Cooperativa de comercialización
Año de creación	1959
Dirección	Polígono Industrial Tallunxe, Calle D C.P. 31110 Noain (Navarra)
Teléfono	948 36 81 00
Dirección electrónica	www.nafarco.com
E mail	nafarco@nafarco.es
Presidente	Juan Miguel Díaz García
Director Gerente	Juan Jesús Hernández Goñi
Responsable de RSC	Enrique García-Mina
Facturación anual (año)	92 millones de euros (2009)
Socios/as (año)	390 (2011)
Empleo (año)	64 (2011)

2.20 San Crispín



1. Presentación de la entidad

San Crispín, Soc. Coop., es una cooperativa de consumidores y usuarios, sin ánimo de lucro, con sede social en Alaior (Menorca), la única entidad de este tipo existente actualmente en las Islas Baleares. La entidad fue fundada en 1953 por un grupo de zapateros, para paliar la carestía constante que los productos de primera necesidad experimentaban en la España de la época, y mejorar así la situación de debilidad económica de las personas asalariadas.

San Crispín mantiene, casi sesenta años después (el aniversario se cumple a comienzos de junio de 2013), los valores de cooperativismo que impulsaron su formación. La cooperativa, cuyo empleo es de 38 trabajadores, en su mayoría mujeres (34), gestiona tres supermercados de alimentación y productos complementarios y una tienda virtual, con una clara idea de servicio al cliente en general y al socio en particular. Como mecanismos de fidelización de su clientela y de diferenciación respecto de otras opciones comerciales de los consumidores, mantiene, por ejemplo, las secciones de venta asistida en productos de carnicería, charcutería, pescadería, etc.; y dispone de secciones ecológicas, para celíacos, de comercio justo, y de productores de su comarca, de manera que su oferta comercial presenta unas características propias y valiosas para un consumidor cada vez más exigente no solo en precios, sino también en calidad y servicio.

La cooperativa ha elaborado una Memoria de Responsabilidad Social Empresarial, y se encuentra, según sus responsables, en fase de implantación de distintas medidas concretas mediante las cuales profundizar en esta sostenibilidad. La cooperativa se enorgullece, en definitiva, de ser una entidad sin ánimo de lucro, sostenible y comprometida plenamente con la sociedad menorquina en la que está inserta.

2. Modelo de actividad

Como cooperativa de consumidores y usuarios, San Crispín agrupa a una masa social de más de 3.200 personas, que por una cuota única de doce euros puede acceder a la tarjeta de socio, con sus beneficios correspondientes, como son la obtención de puntos por cada una de sus compras que se pueden canjear por regalos o descuentos, además de ofertas de productos sólo para socios, y de la disponibilidad de información preferente.

La cooperativa dispone de tres supermercados, dos de ellos en Alaior (la tercera ciudad de Menorca), y otro en el vecino municipio de Migjorn Gran. Se da así servicio a unas comunidades locales con una población empadronada en 2012 de 9.610 y 1.539 habitantes, respectivamente; situadas a una distancia relativamente corta de Mahón y Ciutadella, que son los dos mayores municipios de la isla.

Para atender a su clientela, San Crispín ofrece un catálogo de productos, buena parte de ellos ecológicos, que engloba en diferentes secciones: productos cárnicos, frutería, verduras, productos autóctonos menorquines, etc. Además, también ofrece productos sin gluten especiales para personas celiacas, así como artículos de comercio justo; todo ello tratando de ofrecer al mismo tiempo los precios más competitivos del mercado, con un eficiente servicio de compra on line y de entrega a domicilio.

Para hacer frente a la competencia de las grandes cadenas comerciales, la entidad apuesta por el interés que suscitan en los consumidores y usuarios los valores cooperativos, y el hecho de que al tratarse de una entidad sin ánimo de lucro, los posibles beneficios repercuten siempre en el ámbito local, en la población de los municipios de Menorca a los que atiende la cooperativa.

La entidad pone en valor su trabajo con productores locales, con producto ecológico, con productos de comercio justo, de productores adheridos al

plan de custodia agraria (un programa de defensa de la actividad agraria y el paisaje rural en Menorca) y con secciones de venta asistida para personalizar mejor la venta; sin perder de vista la competitividad en precio, procurando siempre situarse en línea con las grandes cadenas; además del atractivo que supone el retorno cooperativo en forma de puntos por compra, que se traducen en descuentos o regalos. Para todo ello, la cooperativa se basa en la personalización del trato tanto a sus clientes como a sus proveedores, buscando un equilibrio entre precio y calidad.

3. Responsabilidad Social de la Empresa

Desde la perspectiva económica de la RSE, San Crispín aporta básicamente un amplia base social (casi 3.300 personas socias), un nivel de empleo significativo para la escala territorial, de tipo local y comarcal, en la que se sitúa la organización, y un modelo de distribución comercial personalizado y generador de mayor valor añadido social que el desarrollado por las cadenas de distribución estándar. En lo relativo al empleo, destaca el hecho de que un 85% de los 38 empleos actuales están cubiertos por mujeres, y que en su gran mayoría se trata de empleos con contrato indefinido.

En lo que se refiere a la vertiente medioambiental de la responsabilidad social empresarial, la cooperativa San Crispín posee una amplia oferta de productos ecológicos, destacando principalmente en legumbres, cereales, mermeladas y conservas certificadas. Además, a corto plazo se plantea introducir también productos frescos (carne, frutas y verduras) de producción local.

La cooperativa dispone de la certificación 140001 (Sistemas de Gestión Ambiental), del distintivo de “Comerç Excel·lent”, que impulsa la aplicación entre las empresas de las Islas Baleares de la norma de calidad de servicio AENOR UNE 175001, específica para el comercio minorista. Dispone asimismo del distintivo ECOEMBES, que certifica las buenas prácticas en materia de tratamiento de residuos; se trata de un documento emitido por Ecoembalajes España, una organización sin ánimo de lucro que gestiona en toda España la recuperación y el reciclaje de los envases de plástico, las latas y los briks (contenedor amarillo) y los envases de cartón y papel (contenedor azul).

San Crispín, por otra parte, destaca por su trabajo junto con los productos locales, con productos ecológicos, con productos de comercio justo, y con

productores adheridos al plan de custodia agraria. La cooperativa distribuye productos de Km.0, es decir, que se producen en su propio entorno inmediato, y premia a los productores que son respetuosos con el medio ambiente; si bien todo ello se encuentra con la dificultad de que en Menorca la producción de este tipo es bastante limitada.

La cooperativa afirma en su Memoria Social de 2011 que dispone de un catálogo de más de 50 actividades o colaboraciones de la entidad en materia de Responsabilidad Social de la Empresa, además de otros aspectos tales como sus planes de formación y mejoras en servicios. El componente social de la RSE se encuentra, pues, satisfactoriamente cubierto en la cooperativa, que destaca en particular por su conjunto de densas conexiones sociales, su impulso a la economía social y cooperativa en Menorca, y sus actividades benéficas en colaboración con distintas asociaciones.

4. Impacto social y reconocimientos

La entidad, que además de ser una cooperativa carece de ánimo de lucro, muestra una especial preocupación por la sociedad menorquina, reinvertiendo los beneficios en la formación del personal y de los cooperativistas, y apoyando con recursos financieros y otros recursos a diferentes entidades sociales, entre las que cabe destacar la Cruz Roja, la Hermandad de Donantes de Sangre de Menorca, o la Asociación de Esclerosis Múltiple. Por otro lado, también defiende los derechos de los ciudadanos mediante la representación en Menorca de la Asociación General de Consumidores, ASGECO.

A guisa de ejemplo, un caso concreto de las actividades sociales de San Crispín es el de sus campañas de aportación de un alimento no perecedero por cada 30 euros de compra, alimento que se dona a una cesta de Caritas Diocesana de Menorca. Otro caso asimismo significativo es el de sus campañas de recuperación de juguetes, revisados, fechados y preparados por personas en riesgo de exclusión social que reciben una formación en el taller pre-laboral MESTRAL, por medio de la orientación, supervisión y guía de una educadora social y un monitor; y cuyos beneficios se destinan a continuar la labor social que Caritas Diocesana Menorca realiza con la población más desfavorecida.

Un tercer ejemplo es el Acuerdo de colaboración de la Cooperativa San Crispín con la Cooperativa Agrícola Sant Llorenç, para distribuir en la sección de carne y charcutería los productos del campo de Menorca, entre los cuales se citan quesadas, panecillos con sobrasada, pa de pagès (pan al estilo rural), quiche de jamón y queso, empanadillas típicas, etc.

En esta materia, destaca asimismo el Reconocimiento a la Cooperativa de Consumo San Crispín por parte del Gobierno de Baleares, a través de su Consellería de Medio Ambiente y Movilidad, por reducir el consumo de bolsas y envases de un solo uso, fomentar el uso de reutilizables y las variantes biodegradables, así como divulgar y concienciar a la población sobre el impacto de bolsas y envases de un solo uso. Se trata de un reconocimiento medioambiental, denominado Re3 por su triple referencia a la reducción, reutilización y reciclaje de los recursos con impacto medioambiental.

El reconocimiento social a la actividad de la cooperativa quedó claramente expuesto en la decisión del Ayuntamiento de Alaior, por unanimidad de todos los grupos políticos representados en el mismo, por la que se aprobó dedicar una calle a la Cooperativa San Crispín en reconocimiento a su dedicación a fomentar una manera diferente de actuar en relación a la economía social.

Por otro lado, la Cooperativa San Crispín de Alaior recibió en octubre de 2012 un premio por su labor empresarial, el Premio Onda Cero Menorca, que distingue la labor de aquellas entidades y personas que contribuyen al bienestar de los menorquines y al progreso social y económico de la Isla.

Este reconocimiento se une a otros que ha recibido esta Cooperativa en los últimos tiempos, como la certificación de “Comercio Excelente” del Instituto de Innovación Empresarial y el Gobierno de las Islas Baleares, el Diploma de la Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares como Finalista en los VI Premios de Medio Ambiente, o la distinción que le otorgó Ecoembes por sus políticas activas de reciclaje.

La cooperativa se muestra muy activa en su política de despliegue de redes sociales. A escala local, San Crispín, S. Coop., pertenece a las Asociaciones de comerciantes de Alaior y de Migjorn Gran; a la Asociación Menorquina de Comerciantes, AMECO; y a la Asociación para el Fomento de la Responsabilidad Social. A una escala más amplia, destaca que San Crispín forma parte de la Unión Nacional de Cooperativas de Consumidores y Usuarios

de España (UNCCUE) y se encuentra vinculada a la Asociación General de Consumidores (ASGECO).

Más allá del asociacionismo típicamente sectorial y profesional, la cooperativa es asimismo un agente implicado en el desarrollo de la Economía Social en Menorca. Así, en octubre 2012, San Crispín se reunió con una significativa representación de la Economía Social en Menorca, compuesta, entre otros, por la Asociación de Empresas Laborales de Islas Baleares, las Escuelas Cooperativas Infantiles, distintas empresas laborales, empresas de inserción, Cooperativas de Trabajo Asociado y Cooperativas agrarias de Alaior, Menorca y Ciudadella, con el objetivo de llevar a cabo una puesta en común de la realidad de la Economía Social en Menorca, las dificultades y barreras que limitan el desarrollo de las empresas de economía social en la isla, y las oportunidades que existen para ellas.

La citada reunión planteó un amplio conjunto de posibilidades de actuación, tales como la elaboración de un listado de todas las entidades de Economía Social de la isla, la creación de un "Premio de ideas en Economía Social" al emprendimiento de Menorca; la potenciación de un mercado cooperativo, para la compra-venta y prestación de servicios entre las entidades de Economía Social; potenciar el emprendimiento en los centros educativos, e informar a las personas emprendedoras sobre las opciones ofrecidas por las empresas de economía social; o la realización de un "catálogo" de buenas prácticas" de las empresas del sector.

5. Conclusiones

La Cooperativa de Consumidores y Usuarios San Crispín es una entidad con sesenta años de existencia, que atiende sobre todo a una clientela asociada localizada en los municipios de la isla de Menorca en los que se inserta. Su número de socios alcanza a alrededor del 30% de las personas empadronadas en Alaior o en Migjorn Gran, los dos municipios de Menorca en los que dispone de establecimientos comerciales abiertos al público.

Si bien en términos relativos la cooperativa resulta de gran importancia en su área de influencia, en términos absolutos su dimensión es media-baja, en un sector como el de la distribución comercial al por menor, en que vienen produciendo procesos intensos y continuados de concentración a gran escala. Es por ello que el mantenimiento y modernización de la coopera-

tiva San Crispín constituye una muestra destacada de que es posible trabajar a la vez con eficiencia y con responsabilidad social, en beneficio de las personas asociadas y de la comunidad en general.

En este sentido, San Crispín es un ejemplo en una doble dirección. Desde el punto de vista de la eficiencia productiva, la entidad ha ido modernizando sus canales de venta, introduciendo productos locales, y luchando por ofrecer una relación equilibrada de calidad y precio a su clientela. Desde el punto de vista de su compromiso social, la entidad despliega una amplia variedad de iniciativas de tipo económico, ambiental y social, que tienen un gran reconocimiento en su entorno, como se aprecia por la gran cantidad de distinciones que viene recibiendo.

REFERENCIAS

ASGECO Newsletter (2012): Entrevista a D. Antonio Aguiló. 20 de abril.
<http://www.asgeco.org>

Bandrés de Lucas, I., y otros (2012): "Factores de resistencia de las micro-empresas cooperativas frente a la crisis y recomendaciones para un fortalecimiento cooperativo del sector de lo social". Diciembre.

Menorca Info (2012): "La Cooperativa San Crispín fa 60 anys amb tres mil socis". 29 de diciembre.

Sabor Cooperativo (2012): Entrevista. 16 de abril.

UNCCUE (2011): *Boletín especial sobre RSE_Coop*. Artículo sobre San Crispín, S. Coop.

FICHA BÁSICA DE LA COOPERATIVA

Denominación	Cooperativa de Consumidores y Usuarios San Crispín
Tipología	Cooperativa de consumo
Constitución	1953
Dirección	PG Industrial L Trotxa PAR 5 6 PGO IND LA, Alaior, Illes Balear
Teléfono	971 372 179
Página web	www.sancrispin.net
Contacto electrónico	info@sancrispin.net
Presidente/a	Joan Camps Mir
Director/a General	Antonio Aguiló Taltavull
Empleo (año)	38 (2011)
Socios/as (año)	3.269 (2012)

3. CONCLUSIONES

El análisis de la veintena de casos de cooperativas que se ha expuesto en el presente estudio muestra que el compromiso con la Responsabilidad Social de la Empresa /Responsabilidad Social Corporativa se encuentra ya bastante desarrollado en el sector cooperativo español, y que éste aporta una especial sensibilidad en varios campos de tal responsabilidad, como son por ejemplo los relativo a la conciliación familiar y laboral, la sostenibilidad ambiental y el impulso económico y social de su entorno.

Este análisis muestra que existen diversas maneras de entender y aplicar la RSE por las cooperativas de diferentes sectores económicos y sociales, localizadas en diferentes territorios, y con una dimensión financiera y laboral muy variable. Es por ello que cabe esperar que el análisis que se lleva a cabo en este estudio resulte de utilidad para la extensión en el mundo cooperativo del concepto de responsabilidad social, de sus objetivos, de las diferentes metodologías existentes para su implementación, de las amplia gama de actividades socialmente responsables que es posible desplegar según los casos, y de la importancia de la comunicación de todo ello a los grupos de interés de cada cooperativa y a la sociedad en su conjunto.

Abacus es una cooperativa de consumidores con socios de trabajo, especializada en el sector educativo y cultural, que a lo largo de su existencia se ha constituido en la primera entidad de este tipo en Cataluña. A pesar de las dificultades económicas actuales que aquejan al consumo, la entidad mantiene un elevado volumen de actividad, presenta un excedente cooperativo positivo, y muestra un volumen creciente de empleo en general y de socios de trabajo en particular.

La cooperativa formó parte de sus inicios del proyecto pionero RSE Coop, dirigido por la Confederación de Cooperativas de Cataluña, y actualmente forma parte del Proyecto Transparencia, en colaboración con Global Report International. Dispone de Memorias anuales de sostenibilidad accesibles en su web, que permiten apreciar en especial su alto nivel de intercooperación con otras entidades cooperativas catalanas, su implicación en el entorno social en que lleva a cabo sus actividades, su compromiso con la participación en la cooperativa de sus socios y socias, y su política activa de conciliación de la vida familiar y laboral de sus trabajadores.

La cooperativa extremeña de segundo grado **Acorex** ha experimentado un gran desarrollo tras su creación en 1985, ampliando progresivamente el número de sus cooperativas de primer grado asociadas, el volumen de empleo directo e indirecto generado, el nivel de su facturación y su peso en el sector agroalimentario español.

En cuanto al ejercicio por Acorex de las prácticas socialmente responsables, cabe destacar, en particular, su estrecha relación con las comarcas rurales extremeñas en las que lleva a cabo su producción; su compromiso medioambiental, hasta el punto de establecer para 2011 el objetivo explícito de reducir en un 2% los consumos de energía eléctrica, combustible y agua por tonelada de producto terminado; una política eficaz de prevención de riesgos laborales, que ha conseguido situar la tasa de accidentes en la empresa muy por debajo de la tasa nacional media; y una variedad de medidas concretas en materia de conciliación familiar, como la jornada continua en los meses de verano, las reducciones de jornada por cuidado de menores, o los permisos por causas familiares.

Alimer es una cooperativa agroalimentaria de primer grado, creada en 2006 como fruto de la fusión de varias cooperativas locales de varios municipios de Murcia. Como resultado de esta fusión, la nueva cooperativa ha aumentado sensiblemente sus ventas, ha ampliado su presencia en los mercados nacionales e internacionales, y se ha significado como un agente relevante de la economía social en su área de influencia.

La práctica de la responsabilidad social en la empresa destaca en Alimer en varios aspectos. Así, en cuanto a la responsabilidad económica llaman la atención los exigentes procesos de certificación nacional e internacional de la calidad de los productos de la empresa que han sido superados por ésta. En cuanto a la responsabilidad social, la cooperativa destaca por la

creación de empleo rural, y por sus prácticas en conciliación familiar y en contratación de personas con discapacidad. Por último, en la vertiente medioambiental sobresale que Alimer monitoriza de manera adecuada su consumo de agua y electricidad y su generación de distintos tipos de residuos, emisiones y vertidos.

Anecoop es una cooperativa valenciana de segundo grado, que desde su constitución en 1975 lidera la comercialización en los mercados europeos de frutas y hortalizas, generando valor para sus cooperativas de primer grado y personas socias desde un modelo de actividad basado en la economía social. A su vez, la cooperativa es la cabeza de un grupo de empresas con una fuerte internacionalización, que posibilita la canalización de las exportaciones de la entidad.

En materia de RSE, Anecoop destaca particularmente por su alto porcentaje de empleo con contratos indefinidos y de empleo de mujeres; por sus campañas para frenar el despilfarro de alimentos y la obesidad infantil; por su capilaridad asociativa, tanto en el terreno directamente comercial como de la economía social; y por su impulso a la investigación y el desarrollo en materia agroalimentaria, a través de experiencias piloto propias y de la colaboración con varios institutos tecnológicos del sector.

Caja Laboral es una cooperativa de crédito, de trabajo asociado, que ha desarrollado un destacado grupo financiero en los sectores crediticio, de seguros y de gestión de fondos de pensiones e instituciones de inversión colectiva. Estrechamente ligada en su funcionamiento al Grupo Mondragón, su ámbito de actuación es mayoritariamente el del País Vasco y Navarra, aunque se va ampliando progresivamente a otras Comunidades Autónomas.

En la responsabilidad social de la cooperativa destaca, de entrada, la definición expresa de la misma mediante un Código escrito y disponible en su web, y su exposición sistemática y crítica en las memorias anuales que la entidad viene realizando desde 2005. Las actividades de RSE en Caja Laboral se caracterizan por el énfasis de la entidad en sus personas socias, trabajadoras y clientes; por su compromiso medio ambiental; por su apoyo a la creación de empleo, en particular por parte de los jóvenes emprendedores; así como por su apoyo a una gran variedad de iniciativas sociales en los campos sociales, culturales y deportivos.

La entidad andaluza **Cajamar** es una caja rural y cooperativa de crédito que ha ido ampliando paso a paso su presencia en la sociedad española a través de un lento proceso de fusiones en el sector, que le han dado una destacada presencia en casi todo el territorio español, y en particular en Andalucía y el Mediterráneo. La responsabilidad social es un eje central de la actividad de la caja, como se pone de manifiesto en sus documentos y políticas, y se concreta en sus Informes de Responsabilidad Social Corporativa y de Sostenibilidad, que son de una calidad superior a lo normal.

Algunas aportaciones de la RSE de Cajamar que merecen una referencia especial son la inclusión de los reguladores, analistas y agencias de rating entre sus grupos de interés; la política de compras responsables de la entidad, que busca asegurar que sus proveedores respetan los principios éticos establecidos por el Pacto Mundial; su acceso a sellos de responsabilidad específica en materia de empoderamiento de las mujeres y de respeto a la diversidad; o la difusión de su política de responsabilidad mediante un blog ad hoc.

Consum es el caso de una cooperativa valenciana de trabajadores y usuarios que en relativamente poco tiempo ha alcanzado una dimensión muy destacada en el mercado nacional de distribución al por menor, en el que actúa aportando la perspectiva de la economía social y los valores que ello comporta.

En la responsabilidad social empresarial de Consum destacan su capacidad de creación de empleo de calidad, su política de conciliación de la vida familiar y profesional de sus trabajadores, y su política de prevención, reducción y reciclaje de residuos medioambientalmente perjudiciales. La cooperativa se encuentra inserta en su entorno sectorial y social desde múltiples iniciativas asociativas, a las que apoya de manera sistemática y que le proporcionan una gran visibilidad ante los consumidores en particular y ante la sociedad en general. Su memoria de sostenibilidad, elaborada con la metodología GRI, es particularmente detallada en las cuestiones medioambientales y sociales.

La cooperativa andaluza de integración social **Coopinte** desarrolla un proceso novedoso de intercooperación que reduce los costes y aumenta el beneficio económico y social de sus entidades y personas asociadas; aprovechando la dimensión económica y humana del grupo para proporcionar a su base social una amplia variedad de servicios en condiciones preferentes.

La conexión entre las actividades de intercooperación de Coopinte y la Responsabilidad Social Empresarial se produce en la medida en que las actividades de la cooperativa están dirigidas mayoritariamente a empoderar a los sectores sociales del mundo rural de la comarca onubense en la que se inserta la entidad. Ello supone una importante contribución al desarrollo endógeno de este mundo rural, al mantenimiento y mejora del empleo, y a la difusión de la economía social en la zona.

La cooperativa de trabajo asociado **Eduvic** gestiona distintos servicios de inclusión social relacionados con la infancia, la juventud y las familias en diversas poblaciones catalanas, y a través de su escuela de formación lleva a cabo distintos tipos de cursos de especialización en el sector de la inclusión social. La entidad ha conseguido un aumento destacado del empleo a lo largo de los casi veinte años que lleva funcionando, y se ha convertido en un gestor preferente de una buena parte de las actividades llevadas a cabo en su sector por distintas administraciones públicas regionales y locales, así como por destacadas instituciones sociales dependientes de la iniciativa privada.

La responsabilidad social de la cooperativa ha sido explicitada y puesta en práctica sobre todo a raíz de la participación de la misma en el Programa RSE. COOP. Esta participación le ha llevado a exponer sistemáticamente en sus Memorias anuales sus avances en las dimensiones económica, social y medioambiental de la RSE. Entre tales avances, cabe destacar la publicación íntegra del informe de auditoría de la cooperativa y de sus cuentas; la aplicación de un Plan de Conciliación y de un Plan de Igualdad que detallan las medidas y recursos disponibles para ello en la empresa; y la exposición detallada de sus consumos físicos, los residuos generados y los avances en su reciclaje.

Enercoop es un grupo empresarial creado en 2006, cuyo núcleo central es la Cooperativa Benéfica San Francisco de Asís, creada en 1.925 y radicado en Crevillent (Alicante). Es una de las pocas cooperativas energéticas que subsisten en España, aunque en su localidad de origen es una institución muy respetada y con una amplia participación en las actividades sociales de su entorno.

Las principales aportaciones de Enercoop y su cooperativa en materia de responsabilidad social de la empresa son las relacionadas con su activismo social en defensa de los derechos de los cooperativistas del sector a man-

tener su actividad tradicional; sus inversiones en energías renovables y sostenibles, principalmente mediante huertos solares de energía fotovoltaica; y su gasto social a favor de los colectivos más vulnerables de su entorno, como por ejemplo ancianos y personas con discapacidad psíquica.

La cooperativa vasca de consumo **Eroski**, que forma parte de la Corporación Mondragón, es una de las grandes empresas de distribución comercial en España por sus cifras de balance, ventas, plantilla laboral, personas socias de consumo y socios de trabajo. Dispone de una red comercial física y virtual muy desarrollada, y encabeza un grupo de empresas mercantiles dependientes y asociadas, en las que progresivamente va impulsando su transformación en cooperativas

La política de responsabilidad social de la empresa destaca especialmente en esta cooperativa por el ahorro que aporta a sus socios de consumo, por las facilidades que concede voluntariamente para la conciliación familiar y laboral de sus trabajadores, y por la aportación de distintas ayudas a muy variados colectivos sociales vulnerables, en particular de personas con discapacidad. La entidad se apoya para esta política, entre otros instrumentos, en la Fundación Eroski, creada en 1997 y que dispone de un gran apoyo social.

Fagor Electrodomésticos es una cooperativa vasca de trabajo asociado especializada en la producción y comercialización de una gran variedad de electrodomésticos y de equipamientos para el hogar. Creada en 1956, la entidad ocupa un lugar prominente en el desarrollo del cooperativismo vasco y español, tras formar parte central del nacimiento y desarrollo de la actual Corporación Mondragón, a la que se mantiene unida desde entonces. La cooperativa encabeza un potente grupo internacional de su sector, y planea desarrollar aún más su estrategia internacional en los próximos años.

La entidad aplica una política de responsabilidad social algunos de cuyos componentes más destacados son el elevado grado de participación de sus trabajadores en la toma de decisiones, la práctica generalizada de la promoción laboral interna, el desarrollo de productos y aplicaciones cada vez más eficientes en términos medioambientales, y su contribución a actividades sociales como la promoción del cooperativismo en algunos países de África y América latina. De los reconocimientos obtenidos por la cooperativa, destacan los relativos a la aplicación en una de sus plantas internacionales de los principios de la responsabilidad social corporativa establecidos y defendidos por su matriz.

Tras una larga andadura desde 1968 hasta la actualidad, la cooperativa gallega **Feiraco** ha alcanzado una posición relevante en el sector agroalimentario español, canalizando y facilitando las capacidades productivas de las comarcas coruñesas en las que mayoritariamente está presente la entidad. Destaca de su modelo de actividad de Feiraco su especial dedicación a la mejora de la calidad de sus productos, como garantía de una mayor competitividad y sostenibilidad en el mercado.

Desde el punto de vista de la responsabilidad social empresarial, destaca la inserción de esta sensibilidad en el plano estratégico de la cooperativa, así como en particular su modelo de empresa familiarmente responsable y la difusión del cooperativismo y el emprendedurismo social en su entorno geográfico. Entre los beneficios sociales con que cuenta el personal de la cooperativa, destacan los relativos a seguro de vida para todos los trabajadores, y el acceso a un plan de pensiones para todos los trabajadores con dos años de antigüedad.

Florida Centro de Formación es una cooperativa de trabajo asociado creada en 1977 en el entorno comarcal de la ciudad de Valencia, y que ha ido ampliando su oferta de titulaciones hasta cubrir en la actualidad toda la gama que va desde la Educación Secundaria Obligatoria hasta las titulaciones universitarias de grado y posgrado, pasando por las titulaciones en formación profesional, y añadiendo otros servicios complementarios de carácter formativo y laboral.

La política de la cooperativa en materia de responsabilidad social destaca principalmente por su colaboración con el grupo cooperativo ASCES, del cual forma parte; por su involucración en las actividades sociales de su entorno; y por la acreditación de la calidad de sus sistemas de gestión de la enseñanza. En el plano social interno, las actuaciones más relevantes de la cooperativa son las relacionadas con la elaboración en 2009 y puesta en práctica posterior de su Plan de Igualdad.

Gredos San Diego es una cooperativa de trabajo asociado del sector de la enseñanza, creada inicialmente en 1985 con un carácter predominantemente defensivo de los puestos de trabajo, y que a lo largo de su trayectoria se ha ido consolidando progresivamente, hasta convertirse en el mayor centro cooperativista de enseñanza de la Comunidad de Madrid y del conjunto de España. Para ello, la entidad ha desarrollado un modelo educativo propio, basado en una oferta de calidad, una gestión exigente y una adap-

tación activa a las necesidades integrales de su alumnado y de sus familias.

Dentro de la actividad socialmente responsable de Gredos San Diego destacan fundamentalmente los siguientes elementos: el intenso aumento del empleo en el grupo, con un crecimiento de más de mil puestos netos de trabajo en ocho años; el desarrollo de una gran variedad de actividades medioambientales, que unen la formación educativa con la defensa del entorno social de los pueblos de la sierra cercana a Madrid; y la aplicación de su Plan Integral, que se ha traducido en la contratación de varias personas con síndrome de Down.

Kairós, S. Coop., es una cooperativa de trabajo asociado nacida en 2001 en Zaragoza, dedicada a proporcionar distintos servicios educativos y laborales a personas en situación de exclusión social o riesgo de la misma, así como a personas con discapacidad. La cooperativa se financia mayoritariamente por el Gobierno de Aragón y el Ayuntamiento de Zaragoza, aunque recibe asimismo un apoyo considerable de algunas importantes organizaciones sociales privadas.

Destacan como elementos importantes de la dimensión económica de la responsabilidad social de Kairós sus certificaciones de calidad y de su carta de servicios, que garantizan su solvencia profesional. Desde un punto de vista más global, resalta su certificación por Forética como empresa socialmente responsable. Es destacable, asimismo, la adhesión de la cooperativa al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Por último, cabe resaltar además que la cooperativa Kairós está comprometida activamente en el desarrollo de la economía social y solidaria de su entorno, a través de su participación en distintas plataformas solidarias aragonesas y estatales.

La Red Social **Koopera** está encabezada por una cooperativa vasca de segundo grado, de iniciativa social, que actúa en el País Vasco y Cantabria en los campos de la formación y el empleo de personas en situación vulnerable y el activismo medioambiental. Su red se ha ido tejiendo en un largo proceso de más de veinte años, y reúne tanto cooperativas de primer grado como otras fórmulas asociativas.

Frente a otras opciones mercantiles, la experiencia de la red Koopera muestra que es posible gestionar eficientemente los residuos urbanos desde el cooperativismo, a la vez que se crea empleo para colectivos vulnerables, se

recicla una parte significativa de tales residuos, y se aportan recursos materiales de primera necesidad a colectivos humanos que los necesitan. Otros elementos destacados de la actuación de la Red en materia de RSE son su apuesta por un centro avanzado de reciclaje de residuos como es Koopera Reusing Center, y el desarrollo de iniciativas innovadoras de inclusión social por medio de las cooperativas de primer grado del grupo.

La cooperativa catalana **La Fageda** ha consolidado a lo largo de su existencia un modelo productivo propio y sostenible basada en la producción de yogures de alta calidad, capaz de proporcionar empleo a las personas con discapacidad intelectual y mental de la comarca gerundense de La Garrotxa, hasta el punto de conseguir prácticamente el pleno empleo de este colectivo en la zona, y de generar a la vez un excedente financiero anual que revierte en sus propias actividades sociales.

La entidad se caracteriza por su estrecha vinculación al territorio en el que opera (con una vocación expresa de circunscribirse al ámbito de su Comunidad Autónoma, tanto en lo referente al desarrollo de su producción como de los mercados a los que abastece), por sus ligámenes con el resto de la economía social de Cataluña, y por el apoyo social que concita.

Nafarco es una cooperativa comercial del sector farmacéutico, con una larga vida desde su ya lejana creación en 1959, y que cubre una gran parte de las demandas de las farmacias de la provincia de Navarra. Además, a través del grupo Unne, ha establecido una alianza con otras dos cooperativas de alcance provincial, bajo la forma jurídica de cooperativa de segundo grado.

La entidad lleva a cabo una gran variedad de acciones concretas de RSE, tanto a nivel social interno y externo como en materia medioambiental. En el primer bloque de actividades se puede destacar, por ejemplo, su definición en 2009 de un Código Ético y de Conducta propio, y su colaboración con un considerable número considerable de ONG del ámbito sanitario. En materia medioambiental, destaca sobre todo su compromiso con la recogida de medicamentos y envases caducados o superfluos.

La Cooperativa de Consumidores y Usuarios **San Crispín** es una entidad con sesenta años de existencia, que atiende sobre todo a una clientela asociada localizada en los municipios de la isla de Menorca en los que se inserta. Su número de socios supone alrededor del 30% de las personas empadronadas

en Alaior y en Migjorn Gran, los dos municipios de Menorca en los que dispone de establecimientos comerciales abiertos al público.

El mantenimiento y modernización de la cooperativa San Crispín constituye una muestra destacada de que es posible trabajar a la vez con eficiencia y con responsabilidad social, en beneficio de las personas asociadas y de la comunidad en general. Desde el punto de vista de la sostenibilidad económica, la entidad ha ido modernizando sus canales de venta, introduciendo productos locales, y luchando por ofrecer una relación equilibrada de calidad y precio a su clientela. Desde el punto de vista de su compromiso social, la cooperativa despliega una amplia variedad de iniciativas de tipo económico, ambiental y social, que tienen un gran reconocimiento en su entorno.