

4.4. Empremta social



“

“La millor acció social és la que es fonamenta en les necessitats i en les prioritats dels agents socials a qui va dirigida i es fa amb la participació solidària i emocional de directius i voluntaris de les organitzacions.”

Un dels eixos estratègics de Caixa Popular és l'acció social en la concepció més alta. L'èxit i els resultats tan excel·lents d'aquesta acció només s'aconsegueixen amb l'evidència del desenvolupament i de la consolidació de la societat de la Comunitat Valenciana, tant en l'àmbit econòmic com en el social.

Partint dels principis i dels valors corporatius, l'entitat ha dedicat l'any 2019 un percentatge aproximat al 2,3 % dels seus ingressos a les vies de suport social següents:

-
- ▶ Generació d'ocupació i desenvolupament/millora de la capacitat i el valor de les organitzacions, de les societats i dels individus.
-
- ▶ Iniciatives i projectes d'acció social:
 - Suport i valor a les societats, a les comunitats i a les persones desfavorides.
 - Projectes de cooperació internacional per al desenvolupament del cooperativisme en països en via de desenvolupament.
 - Col·laboració i participació amb ajuntaments i barris en iniciatives de valor social i cultural.
-

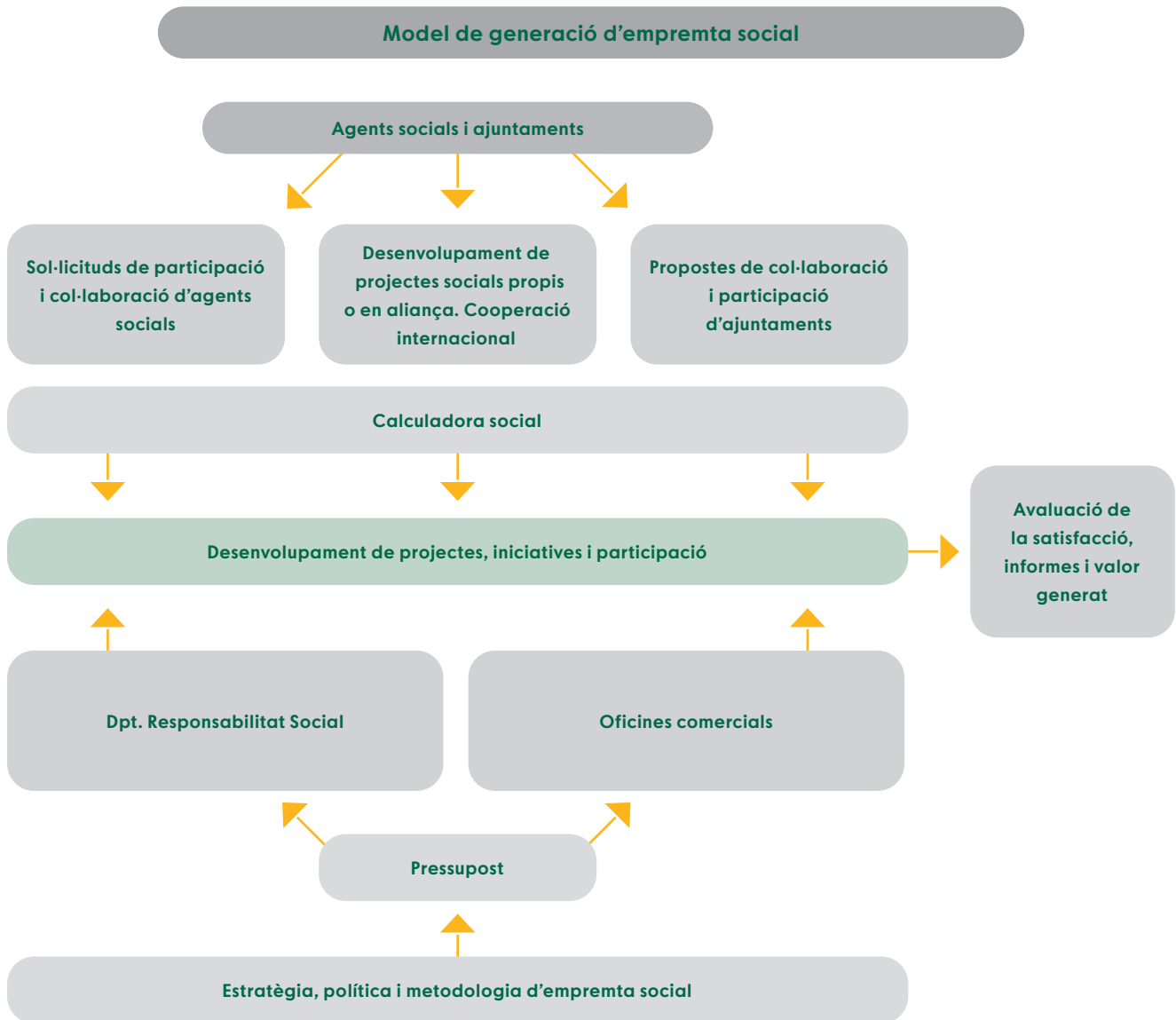
Els principis fonamentals del disseny i de les decisions d'acció social es basen en la política, en l'estratègia i en la metodologia de generació d'empremta social.

Els grups d'interés prioritari en l'acció social de Caixa Popular són:

-
- ▶ El tercer sector.
-
- ▶ Els emprenedors i les empreses de nova creació.
-
- ▶ La societat en general.
-
- ▶ El sector cooperatiu en països en via de desenvolupament.
-
- ▶ Les xarxes socials i els fòrums.
-
- ▶ Pobles i ciutats on hi ha seus o oficines de l'entitat.
-

Model d'acció social i participació

El conjunt d'activitats, eines i productes utilitzats en el model es resumeixen en el quadre següent:



Projectes i iniciatives d'acció social

Per la condició pròpia i el sector, Caixa Popular no produeix impactes negatius com a conseqüència dels serveis que presta a les comunitats i a la societat, excepte els relatius a una possible mala praxi en el desenvolupament de les operacions financeres amb clients. En el camp d'actuació de l'entitat no hi ha col·lectius socials que es puguin

entendre com a "pobles indígenes i tribals", d'acord amb el Conveni número 169 de l'Organització Internacional del Treball (OIT).

La identificació de possibles incompliments es detecta a través del canal ètic i de les reclamacions d'aquests.

El model establert de generació d'empremta social es fonamenta en tres elements:

- ▶ La calculadora d'empremta social per a conèixer el grau d'idoneïtat de les sol·licituds o peticions rebudes, enfront de la marca social que es vol consolidar.
- ▶ La quantificació dels impactes directes i indirectes i la monetització corresponent com a conseqüència de les iniciatives empreses.
- ▶ El valor de l'empremta social generada, tangible i intangible (SROI i altres indicadors).

Voluntariat i cooperació internacional

Caixa Popular dissenya les bases i la gestió del voluntariat en la "Guia del Projecte de Voluntariat". El voluntariat de Caixa Popular va començar fa més de 25 anys a través de Grup de Cooperació i es desenvolupa per mitjà de tres vies de participació:

- ▶ Participació en iniciatives d'acció social de l'entitat. Els voluntaris participen de manera lliure en accions socials en què participa la cooperativa.
- ▶ Campanya "Un dia de salari", en què les persones que formen part del col·lectiu de treball de l'entitat donen de manera voluntària l'equivalent d'un dia de salari per finançar iniciatives socials. L'any 2019 va servir per a finançar cinc projectes de solidaritat i cooperació al desenvolupament.
- ▶ Projectes i iniciatives de voluntariat internacional en països en via de desenvolupament.

La incertesa social i política que hi ha a Nicaragua va obligar a no fer el viatge a aquest país, destinació habitual del voluntariat internacional (iniciat l'any 2001 amb una participació de 32 voluntaris de Caixa Popular, fins al 2018), i es va substituir per un voluntariat tècnic de gestió de cooperatives de crèdit.

En aquesta iniciativa es van obrir dues experiències noves en què van participar huit voluntaris.

La primera, a Guatemala, on van viatjar cinc voluntaris en un projecte de formació a la Unió d'Agricultors Minifundistes guatemalencs en col·laboració amb l'ONG valenciana Pau i Solidaritat. La segona va ser a l'Equador, en què tres voluntaris de l'entitat van col·laborar amb la Corporació Institut Quítxua de Biotecnologia Sacha Supai (IQBSS) i Perifèries per dissenyar un pla de millora de la producció i la comercialització del *sacha inchi* o cacauet inca, producte local d'interés comercial.

Resultats de la gestió durant l'exercici 2019

L'any 2019 es va continuar treballant la prioritat i el volum d'inversió en acció social.

Es van començar a aplicar les recomanacions dels agents socials, obtingudes a partir de les enquestes dutes a terme l'any 2018.

GENERACIÓ D'EMPREMTA SOCIAL			
VARIABLE	ANY 2019	ANY 2018	VARIACIÓ
Nombre d'iniciatives socials	836	923	-9,42 %
Inversió total directa en acció social	1.669.265,38	1.657.240,58	0,72 %
Inversió i nre. iniciatives de generació d'ocupació i desenvolupament econòmic a la Comunitat Valenciana	149.176,15 (92)	271.073,61 (150)	-44,97 % (-38,67 %)
Inversió i nre. iniciatives d'acció social	1.520.089,23 (744)	1.386.166,97 (788)	9,66 % (-5,58 %)
Nombre de voluntaris cooperació internacional	8	5	60 %

Valor de la relació amb els grups d'interés

En relació amb la gestió de l'acció social, Caixa Popular defineix i estableix marcs de relació amb la categoria núm. 6 de Grups d'interés: "agents socials", a través de la segmentació en tres tipus: tercer sector social (ONG), societat en general (localisme/entorn pròxim) i xarxes socials i fòrums.

Dels projectes "Disseny del sistema de gestió de grups d'interés" i "Estudi de satisfacció de requeriments i expectatives de grups d'interés", duts a terme l'any 2018 i que continuaran vigents fins al 2021, Caixa Popular va obtenir els resultats, les propostes i les necessitats dels agents socials següents:

SATISFACCIÓ	REQUERIMENTS, NECESSITATS I EXPECTATIVES
<p>Satisfacció global “agents socials”: 8,5</p> <p>Satisfacció amb el desenvolupament d'activitats:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caixa Popular du a terme les activitats d'acció social d'una manera fiable i acurada: 9,4 - Caixa Popular atén les consultes, les peticions i les incidències de les persones o de les organitzacions de la societat en termini i forma: 8,4 - Caixa Popular demostra honestat i ètica en la gestió de l'empremta social: 8,4 - Caixa Popular s'esforça a conèixer els requeriments i les expectatives d'ONG i de persones en matèria d'empremta social: 7,8 	<p>El grup “agents socials” va indicar els requeriments següents:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analitzar i definir col·lectius, temes concrets (xiquets, discapacitat o persones desfavorides: autisme, ELA, malalties estranyes, etc.) i prioritats en el desenvolupament i la col·laboració en iniciatives socials, i crear etiquetes o marxamos de valor social (entre 2 i 4). 2. Informar més i d'una manera més moderna de les accions socials que cal fer i de les desenvolupades, així com dels impactes generats. Utilitzar les xarxes socials i el blog per a aportar experiències i testimoniatges de les accions dutes a terme. Efectuar almenys 8-10 publicacions o participacions per dia en xarxes. 3. Elaborar una memòria de responsabilitat social. 4. Incrementar la involucració i la participació de les persones de l'empresa en el desenvolupament de les iniciatives socials: voluntaris, padrins, jubilats, col·laboradors i directius. 5. Implementar un mètode per a sol·licitar a l'empresa formalment (a través del web corporatiu) la participació en el desenvolupament d'accions socials amb les directrius adequades i els punts de valor. 6. Crear una nova línia d'empremta social amb projectes propis o en aliança, dissenyats i dirigits per l'empresa d'una manera creativa o innovadora. 7. Crear un logo social i una frase que definisca la prioritat de Caixa Popular en la generació d'empremta social: “Passió per generar empremta social a la Comunitat Valenciana” o semblant. 8. Crear “vips socials” perquè en les oficines se'ls tracte com a reis (tercera edat, discapacitats, etc.). Convertir-se en un referent en voluntariat i en els diferents perfils dels col·laboradors i participants. 9. Crear un carnet d'aliat social i/o un premi per a la millor ONG de l'any. 10. Fer més costat a les organitzacions menudes del tercer sector, encara que tinguen menys anomenada i rellevància. 11. Dinamitzar una cultura de cooperatives i associacions responsables creant una càtedra d'RSC i convidant-hi associacions i cooperatives sòcies de Caixa Popular. 12. Cessió o lloguer barat de locals per a organitzacions de valor social (ONG de petita dimensió, <i>scouts</i>, etc.). 13. Crear una línia d'accions socials combinant acció social interna amb acció social externa. Per exemple, beques per a fills d'empleats en campaments d'estiu amb orientació vers temes associats a la sostenibilitat. 14. Crear una línia d'ajudes a la investigació tecnològica. 15. Separar amb claredat l'acció social del que és mera promoció comercial. 16. Concentrar les iniciatives socials dutes a terme per a treballar en menys quantitat, però més impacte i visibilitat. Hi ha la creença que la cooperativa té la directriu d'atendre moltes de les peticions que se li proposen sense discriminar prou, en funció d'on se situen les seues prioritats en la generació d'empremta social.
<p>REPUTACIÓ DE CAIXA POPULAR</p> <p>Reputació global “agents socials”: 8,5</p> <p>Millors forces de reputació:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suport a l'acció social mitjançant projectes de XS: 9,1 - Bona gestió econòmica i perdurable en el temps: 8,8 - Suport i foment del cooperativisme i de l'associacionisme: 8,8 - Comportament ètic i responsable en la gestió: 8,7 <p>Pitjors forces de reputació:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creativitat, innovació i tecnologia en el negoci: 7,4 - Comunicació i informació suficient, veraç i en termini: 7,8 	<p>Seguiment</p> <p>Caixa Popular va donar resposta l'any 2019 als requeriments 3, 4, 6, 10, 12, 15 i 16.</p>

Nou posicionament estratègic per al període 2020-2022

Durant el període 2020-2022 s'acabarà de consolidar i d'enfortir la gestió estratègica del nou model d'"em-premta social" mitjançant:

-
- ▶ L'aplicació del model en el 100 % de les accions socials i col·laboracions dissenyades i gestionades des de les oficines i des del Departament de Responsabilitat Social.
-
- ▶ El mesurament dels impactes directes i indirectes produïts per les iniciatives i els projectes socials i el càlcul del retorn de la inversió social.
-

