

REVESCO

Revista de Estudios Cooperativos

**Cristina Pedrosa Ortega y
Elia García Martí**

**El gobierno en la sociedad cooperativa como base de la
cohesión social: el caso de una sociedad cooperativa
agraria.**

Belén Bahía Almansa

**El microcrédito como instrumento de financiación al
servicio de las entidades de economía social. Especial
referencia al instrumento europeo de microfinanciación
Progress.**

Lluís Carreras Roig

**Consideraciones en torno al posible carácter mercantil de
las sociedades cooperativas y acerca de las limitaciones a la
realización de operaciones con terceros no socios de estas
entidades.**

**Fátima Cruz-Souza,
Ana Lucia Cortegoso,
Maria Zanin e Ioshiaqui Shimbo**

**Las incubadoras universitarias de economía solidaria en
Brasil - un estudio de casos.**

Jesús Mauricio Flórez-Parra

**Andalucía y los centros comerciales abiertos -el caso de
Maracena-Granada-.**

**Graciela Lara Gómez y
Amalia Rico Hernández**

**La contribución de las cooperativas de ahorro y crédito al
desarrollo local en Queretaro, México.**

**Amparo Melián Navarro,
Vanessa Campos Climent y
Joan Ramón Sanchis Palacio**

**Emprendimiento social y empresas de inserción en España.
Aplicación del método Delphi para la determinación del
perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por
emprendedores.**

AECOOP

Asociación
de Estudios
Cooperativos



**ESCUELA DE ESTUDIOS
COOPERATIVOS**

Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales. Universidad Complu-
tense de Madrid.

Número 106

Tercer Cuatrimestre 2011

ISSN: 1885-8031

REVESCO
REVISTA DE ESTUDIOS COOPERATIVOS

Editado con el Patrocinio del



MINISTERIO DE TRABAJO
ASUNTOS SOCIALES

Secretaría General de Empleo

DIRECCION GENERAL DE FOMENTO
DE LA ECONOMIA SOCIAL,
DEL TRABAJO AUTÓNOMO
Y DEL FONDO SOCIAL EUROPEO

Edita

Escuela Estudios Cooperativos

Director

Gustavo LEJARRIAGA

AECOOP

Directora

Paloma BEL

Directora REVESCO

D^a. Josefina FERNÁNDEZ GUADAÑO

Coordinadora Editorial

D.* Sonia MARTÍN LÓPEZ

REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos no se identifica necesariamente con las opiniones vertidas en los trabajos y colaboraciones que publica.

La política editorial de la Revista autoriza el *autoarchivo digital* de la versión oficial de la editorial en formato acrobat.

ISSN: 1885-8031 - Depósito Legal: M. 38.816-1983

CONSEJO DE REDACCIÓN

Directora:

D^a Josefina FERÁNDEZ GUADAÑO. Profesora Contratado Doctor de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid. Investigadora de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid.

D. Baleren BAKAIKOA AZURMENDI. Universidad del País Vasco.

D^a. Paloma BEL DURÁN. Universidad Complutense de Madrid.

D. Rafael CHAVES ÁVILA. Universidad de Valencia.

D. Carlos GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ. Universidad Complutense de Madrid.

D. Francisco JULIA IGUAL. Universidad Politécnica de Valencia.

D. Alejandro MARTÍNEZ CHAERTERINA. Universidad de Deusto.

D. Ricardo PALOMO ZURDO. Universidad San Pablo CEU.

D. Arturo RODRÍGUEZ CASTELLANOS. Universidad del País Vasco.

D. Anxo TATO PLAZA. Universidad de Vigo.

D. Alfonso VARGAS SÁNCHEZ. Universidad de Huelva.

CONSEJO ASESOR

Presidente:

Sr. D. Carlos GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ. Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid. Presidente de la Asociación de Estudios Cooperativos (AECOOP).

- D. Antonio Pedro BAYLOS GRAU. Universidad de Castilla La Mancha. Albacete (España).
- D. Guido BONFANTE. Facoltà di Scienze Politiche della Università di Torino. Torino (Italia).
- D. Vicente CABALLER MELLADO. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia (España).
- D. Manuel CARRASCO CARRASCO. Universidad de Huelva. Huelva (España).
- D^a. Enmanuele CUSA. Università degli Studi di Trento. Trento (Italia).
- D. Renato DABORMIDA. Università degli Studi del Piemonte Orientale. Facoltà de Economia. Alessandria (Italia).
- D. Samar K. DATTA. Indian Institute of Management Ahmedabad. Gujarat (India).
- D. Ricardo DÁVILA LADRÓN DE GUEVARA. Pontificia Universidad Javeriana. Santa Fé de Bogotá (Colombia).
- D. Javier DIVAR GARTEIZ-AURRECOA. Universidad de Deusto. Bilbao (España).
- D. Federico DURÁN LÓPEZ. Universidad de Córdoba. Córdoba (España).
- D. Gaudencio ESTEBAN VELASCO. Universidad Complutense. Madrid (España).
- D^a. Pilar GÓMEZ APARICIO. Universidad Complutense. Madrid (España).
- D^a. M^a Jesús HERNÁNDEZ ORTÍZ. Universidad de Jaén. Jaen (España).
- D. Javier ITURRIOZ DEL CAMPO. Universidad de San Pablo-CEU. Madrid (España).
- D^a. Silvia Elisa KESSELMAN DE UMANSKY. Universidad Nacional del Nordeste. Argentina.
- D. Gustavo LEJARRIAGA PEREZ DE LAS VACAS. Universidad Complutense. Madrid (España).
- D. Uriel LEVIATAN. University of Haifa. Institute for the Research on the Kibbutz & the Cooperative Idea. Israel.
- D. Jose Luis MONZÓN CAMPOS. Universidad de Valencia. Valencia (España).
- D. Alfonso Carlos MORALES GUTIÉRREZ. ETEA. Córdoba (España).
- D^a Adoración MOZAS MORAL. Universidad de Jaén. Jaén (España).
- D. Alfredo MUÑOZ GARCÍA. Universidad Complutense de Madrid (España)
- D. Fulton MURRAY. University of Saskatchewan. Saskatoon (Canadá).

- D. Rui NAMORADO. Universidade de Coimbra. Facultad de Economía. Centro de Estudios Cooperativos. Coimbra (Portugal).
- D. Manuel ORTIGUEIRA SÁNCHEZ. Universidad de Sevilla. Sevilla (España).
- D. Luigi Filippo PAOLUCCI. Universidad de Bolonia. Bolonia (Italia).
- D. Enrique PASTOR SELLER. Universidad de Murcia. Murcia (España).
- D. Juan Del PINO ARTECHE. Universidad de Málaga. Málaga (España).
- D^a. Irene PISÓN FERNÁNDEZ. Universidad de Vigo. Vigo (España).
- D. Paul PREVOST. Université de Sherbrooke. Québec (Canadá).
- D. Mario RADRIGÁN. Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Sociales PRO – ASOCIA. Santiago de Chile (Chile).
- D. Andrés RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ. Universidad de Granada. Granada (España).
- D. Ángel ROJO FERNÁNDEZ-RÍO. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid (España).
- D. Fernando SACRISTÁN BERGIA. Universidad Rey Juan Carlos (España)
- D. Juan José SANZ JARQUE. Madrid (España).
- D. Ricardo SERVER IZQUIERDO. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia (España).
- D. Reiner SCHULZE. Universidad de Münster. Münster (Alemania).
- D. Bernard THIRY. Universidad de Liège. Liège (Bélgica).
- D. Benoit TREMBLAY hec Montréal. Montreal (Canadá).
- D. Ramón VALLE CABRERA. Universidad Pablo Olavide. Sevilla (España).
- D. Alberto ZEVI. Università degli Studi di Urbino. Uo (Italia).
- D. Javier ZORNOZA BOY. Universidad Complutense. Madrid (España).

Sumario

Páginas

El gobierno en la sociedad cooperativa como base de la cohesión social: el caso de una sociedad cooperativa agraria, por <i>Cristina Pedrosa Ortega y Elia García Martí</i>	7
El microcrédito como instrumento de financiación al servicio de las entidades de economía social. Especial referencia al instrumento europeo de microfinanciación Progress, por <i>Belén Bahía Almansa</i>	33
Consideraciones en torno al posible carácter mercantil de las sociedades cooperativas y acerca de las limitaciones a la realización de operaciones con terceros no socios de estas entidades, por <i>Lluís Carreras Roig</i>	55
Las incubadoras universitarias de economía solidaria en Brasil - un estudio de casos, por <i>Fátima Cruz-Souza, Ana Lucia Cortegoso, Maria Zanin e Ioshiaqui Shimbo</i> ...	74
Andalucía y los centros comerciales abiertos -el caso de Maracena-Granada-, por <i>Jesús Mauricio Flórez-Parra</i>	95
La contribución de las cooperativas de ahorro y crédito al desarrollo local en Queretaro, México, por <i>Graciela Lara Gómez y Amalia Rico Hernández</i>	121
Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores, por <i>Amparo Melián, Vanessa Campos y Joan Ramón Sanchis</i>	150

EL GOBIERNO EN LA SOCIEDAD COOPERATIVA COMO BASE DE LA COHESIÓN SOCIAL: EL CASO DE UNA SOCIEDAD COOPERATIVA AGRARIA

POR

Cristina PEDROSA ORTEGA¹ y

Elia GARCÍA MARTÍ²

RESUMEN

Dadas las características del entorno actual, en el que se ha producido un aumento de la sensibilidad hacia los problemas éticos, se ha globalizado la economía y estamos asistiendo a un aumento de la competencia, se ha producido un cambio en la concepción convencional de la organización.

Como respuesta a la complejidad de la situación actual y para asegurar la supervivencia de la empresa aparece la teoría de los stakeholders. Dicha teoría trata de lograr un buen gobierno a través de la integración de los objetivos de todos los stakeholders de la organización.

Por otra parte, en la cultura de la sociedad cooperativa se refleja como objetivo de este tipo de empresa, el conseguir el desarrollo sostenible de la comunidad en la que se implanta. Esto supone que la cohesión social con su entorno sea considerada como base de la ventaja competitiva de la fórmula cooperativa.

Por ello, en este trabajo partiendo de la búsqueda de un gobierno en la sociedad cooperativa que integre a todos los grupos interesados en esta, vamos a intentar observar

¹ Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología. Universidad de Jaén. cpedrosa@ujaen.es

² Profesora Titular de Universidad. Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología. Universidad de Jaén. egarcia@ujaen.es

cómo se consigue el desarrollo y la cohesión social de la zona en la que se encuentra la organización, siendo esta realidad clave para lograr una ventaja competitiva.

Palabras clave: Cultura cooperativa, Teoría de los Stakeholders, Gobierno Cooperativo, Cohesión Social, Ventaja Competitiva

Claves ECONLIT: M100, M140, M190

GOVERNANCE IN THE COOPERATIVE AS A BASE OF SOCIAL COHESION: THE CASE OF AN AGRARIAN COOPERATIVE

ABSTRACT

Considering the characteristics of the environment, in which an increase of the sensibility has taken place towards the ethical problems, the economy has been globalized and the competition has increased, a change has taken place in the conventional conception of the organization.

To answer to the complexity of the situation and to assure the survival of the company appears the stakeholder's theory. This theory tries to achieve a good government thought the integration of the interest of all the stakeholders of the organization.

On the other hand, in the culture of the cooperative it is reflected like target of this type of company, obtaining the sustainable development of the community in which it is implanted. This supposes that the social cohesion with his environment is considered to be a base of the competitive advantage of the cooperative.

In this paper we search of a government in the cooperative which integrates the objectives of the interested groups, we will try to see how it manages the development and the social cohesion of the area in which the organization is. This could be the key to achieve a competitive advantage.

Keywords: Cooperative culture, Stakeholder theory, Cooperative Governance, Social cohesion, Competitive Advantage

1. INTRODUCCIÓN

Nos encontramos en una etapa en la que la sociedad y la economía sufren cambios rápidos y extensos asociados con la globalización, el progreso tecnológico, la volatilidad y las elevadas exigencias de la demanda de los consumidores, la desregularización del mercado, la tendencia a la concentración empresarial de las sociedades, etc. (Martínez, 1990; Menguzzato y Renau, 1991; Brealey y Myers, 1993; Mascareñas y Lejarriaga, 1993; Sanchís, 1995; Arcas y Ruiz, 1997; Hernández y Munuera, 1997; Juliá, 1999; Planells y Mir, 2000). Todos estos cambios han supuesto un fuerte incremento de la competencia a nivel internacional debido a que el entorno competitivo es cada vez más incierto y complejo. Como consecuencia, las características de los mercados actuales hacen que sea cada vez más difícil conseguir una ventaja competitiva y que pueda ser prolongada en el tiempo, por lo que nuevas formas de gestión y de gobierno son necesarias para competir.

En concreto, el buen gobierno puede ser entendido como hacer el bien para todos los implicados en la organización. Por tanto, desde la organización se ha de intentar crear nuevas fórmulas de equilibrio en el gobierno de la empresa, donde todos los afectados por la acción de ésta se encuentren tratados adecuadamente. Así desde esta perspectiva, todas las partes interesadas en la empresa juegan un papel determinante en el comportamiento y consecución del éxito a largo plazo de la organización.

Esta realidad ha sido recogida en los códigos de buen gobierno que representan pronunciamientos en torno al gobierno corporativo con recomendaciones precisas y de adopción voluntaria para las empresas. Estos códigos suelen ser elaborados por comisiones especializadas de expertos, con frecuencia constituidas a iniciativa de organismos oficiales, con el cometido fundamental de estudiar los criterios y pautas a que deben someterse las sociedades en un contexto determinado, y pronunciarse con una serie de recomendaciones que mejoren el comportamiento de las organizaciones respecto a la transparencia informativa, composición y funcionamiento de los órganos de gobierno y relación con los distintos grupos de interés (AECA, 2004).

Entre los informes y códigos elaborados en los últimos tiempos sobre el gobierno societario hay que destacar el informe de la OCDE del año 2004. En este informe se recoge en el preámbulo la siguiente afirmación: “El gobierno corporativo comprende una serie de relaciones entre la dirección de la empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otros grupos de interés”. En concreto cita a inversores institucionales, accionistas individuales, entidades de crédito, empleados, gobiernos y otras partes interesadas, todos ellos juegan un papel determinante en el comportamiento y consecución del éxito a largo plazo de la empresa (Lizcano, 2006).

En concreto en el cuarto principio de los seis emitidos por la OCDE (2004), se hace referencia a la importancia de los stakeholders en el gobierno corporativo: “El marco de gobierno corporativo debe reconocer los derechos de los grupos de interés establecidos legalmente o acordados mutuamente y promover activamente la cooperación entre las empresas y dichos grupos para la creación de riqueza, trabajo y la sostenibilidad de empresas financieramente sanas”.

“El gobierno corporativo también es responsable de la búsqueda de fórmulas para la efectiva implicación de los grupos de interés en alcanzar el óptimo valor económico de la inversión en capital humano y físico de la compañía. La competitividad y el éxito de la empresa es resultado del trabajo en equipo y de recursos procedentes de distintos grupos de interés: inversores, empleados, entidades de crédito y proveedores. Las empresas deben reconocer que las aportaciones de los distintos grupos de interés constituyen un valor esencial para ser competitivas y rentables. Es por esto por lo que en interés a largo plazo de las compañías es muy importante establecer buenas relaciones con los grupos de interés para la generación de riqueza. El marco de gobierno corporativo debe reconocer que los intereses de la empresa pasan por el reconocimiento de los intereses de los grupos de interés y su contribución al éxito de la compañía a largo plazo” (OCDE, 2004).

Por tanto, en este informe se reconoce explícitamente la aportación a la generación de valor y a la competitividad procedente de los distintos grupos de interés y, en consecuencia, se considera que es responsabilidad del gobierno corporativo la relación con dichos grupos para alcanzar de manera eficaz los objetivos marcados por la empresa. Este informe ha

supuesto un punto de partida para optar por una perspectiva pluralista en el ámbito del gobierno corporativo incorporando la acepción de empresa socialmente responsable.

Como estamos poniendo de manifiesto, la preocupación actual en relación con el buen gobierno es generalizada (Spear, 2004). Muestra de ello son las diversas publicaciones que han visto la luz en la actualidad, centradas en la temática del gobierno cooperativo (Hermes et al., 2006; Berglöf y Claessens, 2006; Reaz y Hossain, 2007; Taliento, 2007, etc.). Además, el estudio del buen gobierno no se ha realizado solo desde una perspectiva general, sino que otros autores han enfocado sus investigaciones en mercados o códigos de buen gobierno concretos (Mallin, 2003; Pass, 2006; Cheung et al., 2007; McGunable, 2007; Tipuric, et al. 2007; Okike, 2007; Von Rosen, 2007).

Las sociedades cooperativas agrarias, han tenido que responder a este nuevo entorno económico desarrollando innovaciones institucionales y financieras, y adoptando nuevas estrategias en la mayoría de los ámbitos empresariales, en particular, en el de recursos humanos y gobierno. En definitiva, este tipo de entidades intentan responder al entorno en el que se desarrollan, procurando lograr una actuación eficaz que les suponga convertirse en una fórmula empresarial exitosa y lograr una ventaja competitiva (Ruíz et al., 2008).

El propósito de estas organizaciones se sustenta en unos valores y principios específicos que hace que las sociedades cooperativas sean empresas con rasgos distintivos de las empresas capitalistas, lo que las puede situar en posición de ventaja competitiva frente a otras empresas y que puede ser el centro de su éxito y de su supervivencia.

Así, existe un creciente interés en el estudio de las sociedades cooperativas agrarias, debido a la importancia de este tipo de organizaciones para el tejido empresarial de cualquier país en el mundo pues *“el cooperativismo agrario se caracteriza por ser el principal dinamizador económico y social de las zonas rurales, porque crea empleo, fija la población en su territorio, incrementa el tejido empresarial, genera riqueza, mejora el bienestar social de los ciudadanos y contribuye a la conservación de paisajes y recursos naturales³”*.

³ Anuario de la Economía Social 2007-2008 de la Confederación de Empresarial Española de la Economía Social.

En España contamos con aproximadamente unas 4.000 empresas cooperativas agrarias que suponen una parte muy importante de la actividad económica del sector agroalimentario español, con una facturación en 2008 de 18,9 millones de euros. Además, concentran una parte significativa del sector agrario español, dando empleo a más de 73.800 trabajadores, la mayor parte en el medio rural, lo que convierte a este tipo de empresas en un auténtico motor económico, social y cultural de las zonas rurales y menos pobladas de nuestro país (CCAE, 2011)⁴.

En definitiva, las empresas en general y las sociedades cooperativas en particular, han de adaptar su modelo de gestión a las nuevas necesidades del entorno actual si pretenden seguir compitiendo en el mercado. Consideramos que para desarrollar un modelo de management efectivo en las sociedades cooperativas se han de tener en cuenta, los intereses de todos los stakeholders que las integran, incorporando sus objetivos y exigencias. Para ello es necesario que el gobierno de la sociedad cooperativa tenga como base la integración de todos sus grupos de interés, pues el papel que ocupan los stakeholders en las organizaciones va tomando cada vez mayor importancia. Las empresas han de estar preparadas para identificarlos, así como para establecer sus necesidades y expectativas en relación con la organización, con el objetivo de lograr un alineamiento entre los intereses de estos grupos y los de la propia sociedad cooperativa. Este alineamiento de intereses consiste en compatibilizar los objetivos de todos los stakeholders de la empresa con el fin de que se puedan alcanzar las expectativas de todos ellos en los niveles deseados y no aparezcan conflictos. Siguiendo a Guerras y Navas (2007), el alineamiento de intereses se conseguiría mediante la negociación de todos los stakeholders hasta llegar al equilibrio, fijando un objetivo que, en cierto modo, integra a los de todos los grupos.

En este trabajo se va a tratar de explicar cómo, a partir de la consecución de un buen gobierno en la organización, se integra a todos los grupos de interés en la empresa y se posibilita el desarrollo de la zona y la cohesión social de la misma. La escasez de información en este ámbito y la opción de analizar cómo el buen gobierno de la empresa facilitaba la cohesión social de la zona en su contexto, nos han llevado a desarrollar un estudio de carácter cualitativo a partir del análisis de un caso.

⁴ www.agro-alimentarias.coop

La estructura del presente trabajo parte de una introducción, después muestra la necesidad y realidad del buen gobierno cooperativo incluyendo la teoría que desarrolla un modelo de buen gobierno, para más adelante estudiar cómo a partir de la búsqueda de la cohesión social la sociedad cooperativa logra conseguir una ventaja competitiva en el mercado. Después se muestra un caso de estudio en el que se recoge esta realidad para terminar con las conclusiones del trabajo.

2. EL GOBIERNO EN LA SOCIEDAD COOPERATIVA AGRARIA

El gobierno democrático es un rasgo característico de las sociedades cooperativas en general, que se manifiesta en la participación de los socios y de otros grupos en la vida cooperativa. Esta participación es un deber que se deriva de los derechos que la legislación atribuye a los socios como empresarios-propietarios y se canaliza a través de los órganos de la sociedad cooperativa (Hernández, 2001).

Ahora bien, ¿influye el gobierno democrático de las sociedades cooperativas en la consecución del éxito empresarial de este tipo de organizaciones? Ésta es una cuestión de central importancia para la investigación pues consideramos que la sociedad cooperativa que se caracterice por sus prácticas de buen gobierno, que incluye a todos los grupos de interés de la empresa, obtendrá una ventaja competitiva que la diferenciará de las demás entidades, asegurando así su continuidad en el mercado.

Siguiendo a Hernández et al. (2008), definimos gobierno cooperativo como “(...) la forma de administrar, dirigir y guiar a la sociedad cooperativa hacia el logro de sus objetivos”, por tanto, su finalidad es la de guiar a sus directivos mediante mecanismos institucionales democráticos para que su gestión sea en beneficio de sus socios y, adicionalmente, de las comunidades donde estos viven (Chaves y Soler, 2004). Atendiendo a Davis (2001), el gobierno cooperativo tiene, como una parte central de su objetivo principal, el mantenimiento de identidad cooperativa. Este objetivo incluye la entrega eficiente de servicios y productos demandados por los socios de la cooperativa en el contexto de construir su comunidad común. Y como afirman Romero y Pérez (2003), existe un alto grado de

asociación entre la participación en el gobierno de la sociedad cooperativa y el desarrollo en la misma de una cultura organizacional apropiada.

Así, las características del gobierno cooperativo se presentan como un elemento diferenciador de las empresas de economía social frente a las empresas capitalistas convencionales. En este tipo de empresa la gestión es ejercida directamente por los socios a través de la asamblea general, y son éstos los que participan en la toma de decisiones y en la fijación de sus políticas de actuación. Se intenta responsabilizar al socio de su propio futuro, implicándole en el destino de la organización.

De este modo, podemos afirmar que las sociedades cooperativas ante todo son, sociedades de personas en las que los socios pueden gobernar mediante dos tipos de instrumentos: indirectos (participación del socio en la actividad de la sociedad cooperativa); y directos (participación en la organización interna, en la elección de los administradores y cargos directivos, control de la gestión, etc.), siempre bajo el cumplimiento y el respeto a los principios cooperativos establecidos en la Alianza Cooperativa Internacional en Manchester (1995). Además, para hacer frente a los desafíos del entorno, las sociedades cooperativas han tenido que incorporar personas cualificadas, que son los directivos profesionales, con el objetivo de que la empresa pueda seguir siendo competitiva en el mercado, logrando la supervivencia y la consecución del éxito empresarial (Pedrosa, 2009).

Por tanto, en las empresas cooperativas, la incorporación de directivos profesionales constituye un elemento transformador de su lógica de gobierno. Según Cornforth (2002), la perspectiva democrática de gobierno sugiere que la tarea de estos directivos profesionales es representar los intereses de los socios en la cooperativa. Nos podemos preguntar, ¿a qué se debe la incorporación de este tipo de stakeholder en el gobierno de la sociedad cooperativa? Pues bien, según este mismo autor, la presencia de esta figura es debida a una serie de factores tales como: la creciente apatía de los socios en la participación de la toma de decisiones de la empresa; la pérdida de la identidad cooperativa; la mayor dimensión de la sociedad cooperativa; y la profesionalización de estos directivos entre otros.

Como solución a todos estos problemas a los que se enfrenta el gobierno de la sociedad cooperativa, se plantea la necesidad de la búsqueda y consecución de un modelo de

buen gobierno cooperativo que, en palabras de Chaves (2004), “es aquel que logra el máximo nivel de desempeño económico de la sociedad cooperativa compatible con la preservación o desarrollo de su identidad cooperativa”.

El buen gobierno en las sociedades cooperativas se plantea más como un problema de cultura de dirección que un problema de estructuras democráticas, es un tema del que se afirma “es más fácil hablar y escribir, que alcanzar”. Para la mejora del gobierno cooperativo se deberían seguir las siguientes premisas según afirma Davis (2001):

- Un buen gobierno es ante todo la defensa de la identidad cooperativa y sus objetivos.
- Un buen gobierno requiere el ejercicio de valores de liderazgo.
- Un buen gobierno requiere una cultura cooperativa que satisfaga las necesidades de sus socios y de los demás stakeholders.

2.1. La teoría de los stakeholders en el modelo cooperativo

En la búsqueda del buen gobierno cooperativo la teoría de los stakeholders permite tener una visión más amplia de las relaciones que se establecen en la organización y las responsabilidades que ello conlleva, más allá de la maximización del beneficio, e incluye los intereses y la demanda de entidades diferentes a los accionistas (Mitchell et al., 1997), es decir, se centra en que las empresas deben ser responsables ante un conjunto de grupos interesados en ella, y no solamente preocuparse por los socios (Cornforth, 2002; Spear, 2004).

Por ello, el origen de la teoría de los stakeholders se explica partiendo de que la organización ha pasado de considerarse como un sistema de transformación de los recursos procedentes del mercado en busca de la obtención de un producto final, y en orden a obtener un beneficio máximo, a considerar, además, un conjunto de grupos que razonan y esperan de las actuaciones de ésta y ante los cuales siente responsabilidad (Caballero, 2005).

Así y, siguiendo a Caballero (2005), podemos diferenciar tres etapas en el desarrollo del término stakeholder: (1) una primera etapa inicial, de Stanford Research Institute (SRI, 1963), que considera a los stakeholders como el eje de la supervivencia de la organización; (2) a continuación nos encontraríamos con la etapa decisiva del término, que sería la aportada por Freeman en 1984 y que lo relaciona con la disciplina de Dirección Estratégica; (3) por

último, diferenciamos también la etapa actual, en la que las relaciones entre la organización y cada uno de los stakeholders han pasado de ser una actividad de escasa importancia en el éxito competitivo a considerarse una necesidad central, dado que la empresa ha pasado de considerar a los stakeholders de los que necesita para sobrevivir a considerar a todos aquellos que tienen algún interés o se sienten afectados por aquella, dado que el deseo del alcance conjunto de todos los intereses es necesario en el desarrollo y control de las estrategias de la organización, buscando el equilibrio oportuno de todos ellos.

La teoría de los stakeholders se considera reciente dado que, aunque se remonta al siglo pasado, es a finales de los 80 cuando comienzan a destacar significativas aportaciones que ocupan hasta nuestros días, pues es Freeman (1984) el que se puede considerar su precursor. En resumen, la teoría de los stakeholders supone una visión integral de las organizaciones, al pretender conseguir un equilibrio entre los stakeholders de la empresa para poder adaptarse a los continuos cambios que se producen en su entorno y conseguir la supervivencia en el tiempo (Pedrosa, 2009).

Se trata de dar el protagonismo necesario a las personas y sus intereses dado que son las que, en última instancia, marcan las pautas del progreso económico real de la organización (Álvarez, 1999). Esta posición se puede utilizar como una metodología de gestión empresarial del ámbito estratégico de la organización y que permitirá a las sociedades cooperativas agrarias alcanzar el éxito en el seno de su localidad.

Como consecuencia de lo anterior, la sociedad cooperativa tiene como objetivo principal la identificación de los stakeholders, pues para que pueda ser efectiva, ha de ser capaz de encontrar el equilibrio entre los intereses de todos sus stakeholders y los suyos propios. Así, las empresas en general se esfuerzan por identificar, conocer y comunicarse con cada uno de ellos, decidiendo el nivel de responsabilidad con cada uno, utilizando un rango cada vez más amplio de indicadores de cumplimiento de resultados que los relacionan con los intereses de todos los grupos (Wheeler y Sillanpaa, 1998).

De este modo y como venimos indicando a lo largo de este trabajo, la sociedad cooperativa agraria que identifique y tenga en cuenta el cumplimiento de los objetivos de todos sus stakeholders como base de un buen gobierno cooperativo, obtendrá una ventaja

competitiva que la diferenciará del resto y ello supondrá una posición ventajosa en el mercado que le asegurará su supervivencia, alcanzando así el éxito empresarial.

Es vital el saber conciliar todos los intereses y saber hacer llegar como propios cada uno de los flujos a cada uno de los grupos, para que se cumplan los objetivos generales de la empresa. Así se logra la credibilidad de los stakeholders en la organización y la buena imagen de ésta, es decir, la identidad organizacional se verifica en la medida en que los stakeholders ven realizadas sus expectativas en la organización (Scott y Lane, 2000).

3. BUSCANDO LA COHESIÓN SOCIAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA

Tras estudiar el buen gobierno nos centramos en la identidad cooperativa como un factor que puede incidir en la supervivencia de la propia cooperativa. Si todos los stakeholders tienen sentimiento de pertenencia a la organización, ésta seguirá siendo competitiva en el mercado, pudiendo llegar a alcanzar el éxito empresarial. Para las sociedades cooperativas la clave del buen gobierno está en reconocer la esencia de la forma cooperativa de empresa y no tratar de imitar a las empresas capitalistas convencionales.

La identidad cooperativa se basa en sus principios cooperativos. Estos constituyen un elemento diferencial que puede proporcionar ciertas ventajas y permitir que las cooperativas partan de una situación favorable para hacer frente a los retos generados por los rápidos e incesantes cambios del entorno que influyen en la competitividad de la cooperativa (Vargas, 1995; 1999; Díaz, 2000; 2004; Agirre, 2001;). No obstante, la influencia de algunos principios es más directa que la de otros (Gómez y Miranda, 2006).

De este modo, las sociedades cooperativas se caracterizan por sus valores, como la democracia, el interés social y la justicia distributiva, que se traducen en unas reglas de funcionamiento determinadas. Este funcionamiento se basa en los denominados valores cooperativos (autoayuda, auto-responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad). Además, estos valores han de estar acompañados y reforzados por un conjunto de valores éticos que los cooperativistas deben hacer suyos, refiriéndose a la honestidad (honradez), la transparencia (franqueza), la responsabilidad (social y mutua) y la vocación social (interés o

preocupación por los demás) (García, 2000). Estos valores se materializan en los principios cooperativos que conforman las señas de identidad y los parámetros del gobierno en estas empresas. Es justo reconocer que nos estamos refiriendo a un conjunto de valores que no son en modo alguno monopolio de las sociedades cooperativas. La situación resultante de que a estos valores se les considere cooperativos, es que producen un efecto positivo en los esfuerzos de las personas a la hora de participar en la gestión de una empresa para beneficio de todos sus miembros (Nilsson, 1996).

Así y siguiendo a García (2000), para que una organización de cualquier tipo sobreviva y tenga éxito, debe existir un adecuado conjunto de principios que sirvan de pauta o guía para la acción, sobre los que se basen todas sus políticas y actividades y sirvan para poner en práctica los valores de sus socios. Estos valores se ponen en práctica a través de los principios cooperativos establecidos por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI, 1995), que determinan las pautas de actuación de las cooperativas. Estos principios son los siguientes:

- 1) Adhesión voluntaria y abierta
- 2) Gestión democrática por parte de los socios
- 3) Participación económica de los socios inspirada en los valores cooperativos
- 4) Autonomía e independencia
- 5) Educación, formación e información
- 6) Cooperación entre cooperativas
- 7) Interés por la comunidad

El último principio, objetivo de nuestro trabajo, de interés por la comunidad, hace referencia a que, al mismo tiempo que las sociedades cooperativas se centran en las necesidades y los deseos de sus socios, también trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades según los criterios aprobados por los socios. Atendiendo a Moreira (1999), desde el punto de vista de los valores o principios cooperativos, la cohesión social forma parte de la ventaja cooperativa. La esencia del cooperativismo se concentra en los valores de la cooperación y de la solidaridad, en oposición a los valores actuales de individualismo y competición, característicos de la globalización, siendo aquellos valores intangibles y constituyentes de una incontestable ventaja cooperativa (Jordao y Briz, 2004).

Como se ha visto en el trabajo, los principios cooperativos constituyen los pilares sobre los cuales se estructuran las sociedades cooperativas. Son una guía para las acciones económicas y sociales, creando una cultura empresarial fuerte, que representa una ventaja competitiva frente a otras empresas con culturas débiles y/o variables en el tiempo. De este modo, los principios cooperativos en su conjunto son la fuerza vital de la empresa cooperativa y la puesta en práctica de los valores que conformarán su cultura organizacional. Los principios establecen las estructuras y determinan las actitudes que le dan su perspectiva distintiva. Son las directrices según las cuales los cooperativistas procuran desarrollar sus organizaciones (Tous y Ciruela, 2005).

En los valores y principios presentes en la cultura cooperativa se pone de manifiesto de manera implícita el compromiso con los grupos de interés. Teniendo muy en cuenta las expectativas y necesidades de las personas y la sociedad con la que se relacionan, lo que puede suponer una importante fuente de ventajas competitivas (Tous y Ciruela, 2005). Teniendo en cuenta todos los argumentos expuestos podemos formular la siguiente proposición:

Proposición 1: La consecución del buen gobierno cooperativo a través de la integración de todos los grupos de interés posibilita la cohesión social de la zona en la que implanta la sociedad cooperativa y la consecución de una ventaja competitiva para la empresa.

4. CASO DE ESTUDIO

Para justificar la proposición planteada hemos utilizado el estudio de un caso de tipo ilustrativo, siguiendo la metodología de casos establecida por Ryan, Scapens y Teobal (1992). Estos autores nos muestran que los casos ilustrativos intentan mostrar prácticas innovadoras que afectan al desarrollo organizativo de las empresas. La investigación empírica que se realiza en este tipo de casos centra su atención en la descripción del proceso de implantación de las mejores prácticas en el seno de las organizaciones.

Consideramos esta metodología adecuada para la realización de este trabajo, pues nos permite analizar el fenómeno objeto de estudio en su contexto real, utilizando múltiples fuentes de evidencia, cuantitativas y/o cualitativas simultáneamente (Villareal y Landeta, 2007; Yin, 1989, y Eisenhardt, 1989). En particular, se realizaron entrevistas individuales, se revisaron documentos y artículos sobre la empresa analizada y se obtuvo información directa a través de las visitas a la zona donde tiene su sede la empresa objeto de estudio.

El caso elegido, dadas las características del trabajo, tenía que ser una sociedad cooperativa de gran dimensión con una posición consolidada y ventajosa en el mercado. Además, se tenía que caracterizar por sus buenas prácticas de gestión, cumpliendo los principios cooperativos como un modo de conseguir el éxito empresarial.

La empresa elegida ha sido Hojiblanca Sociedad Cooperativa Andaluza por situarse en el puesto número 593 según el ranking de las 5000 mayores empresas de España (Alimarket, 2008) con una facturación⁵ de 291,43 millones de euros en 2008. Esta empresa es el resultado de la unión de un conjunto de cooperativas de primer grado dedicadas a la fabricación de aceite de oliva virgen y aceitunas de mesa. Son 35.000 familias de olivareros⁶ que cultivan 30 millones de olivos en 300.000 hectáreas de olivar. Producen una media anual de 150.000 toneladas de aceite de oliva virgen y 44.000 toneladas de aceitunas de mesa. Estas cifras convierten a esta empresa en el mayor productor mundial de aceite de oliva virgen y aceitunas de mesa y en el primer envasador de aceite virgen extra del país.

A continuación se muestran las características de los stakeholders entrevistados y la ficha técnica de las entrevistas realizadas.

Tabla 1: Características de los stakeholders entrevistados

	Tipo de stakeholder	Edad	Implicación con la soc. coop. agraria de 2º grado
Entrevistado 1	Directivo	43	Director de

⁵ Datos extraídos de la documentación proporcionada por los entrevistados, así como del Informe Anual del Grupo Hojiblanca relativo al año 2007.

⁶ Datos recogidos en la página web del Grupo Hojiblanca www.hojiblanca.coop y www.hojiblanca.es

	profesional		comunicación
Entrevistado 2	Socio fundador	58	Socio
Entrevistado 3	Asociación empresarial	40	Persona del entorno
Entrevistado 4	Directivo profesional	56	Director general
Entrevistado 5	Miembro de la comunidad	50	Persona del entorno
Entrevistado 6	Socio	55	Socio

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Ficha Técnica del estudio del caso de Hojiblanca

Metodología de investigación	Estudio de caso único de carácter holístico (unidad de análisis simple). Estudio exploratorio, ilustrativo y potencialmente explicativo
Unidad de análisis	Hojiblanca Sociedad Cooperativa Andaluza
Ámbito geográfico	Antequera (Málaga, Andalucía)
Universo	Sociedades cooperativas agrarias de segundo grado
Métodos de recogida de la evidencia	-Revisión documental (documentación y archivos) -Realización de entrevistas presenciales en profundidad; abiertas y semiestructuradas -Observación directa
Fuentes de información	<u>Interna:</u> documentación (memorias, informes y estudios internos), archivos (páginas Webs, archivos de presentaciones, archivos de imagen y sonido), entrevistas en profundidad, y contexto físico real. <u>Externa:</u> publicaciones especializadas,

	bases de datos, informes de organismos oficiales y medios de comunicación.
Informadores clave	Stakeholders vinculados a nuestra unidad de análisis
Métodos de análisis de la evidencia	Fundamentalmente de tipo cualitativo: -Identificación y clasificación estructural de dimensiones clave -Búsqueda de factores explicativos clave (proposiciones teóricas) -Búsqueda de patrón de comportamiento común (proposiciones teóricas) -Creación de explicación teórica (comparación sistemática teórica) -Identificación de relaciones causales (si es posible) - Análisis de decisiones críticas
Enfoque científico	Procesos deductivos en la medida que se parte de proposiciones teóricas de la revisión de teorías
Evaluación del rigor y calidad metodológica	Validez (constructiva, interna y externa), fiabilidad, consistencia (contextual y teórico - interpretativa)
Fecha de realización	Fecha inicio: Abril 2008 Fecha finalización: Octubre 2009

Fuente: Adaptado de Villarreal y Landeta (2007)

Con carácter general, la aportación de las sociedades cooperativas se ha puesto de manifiesto desde la Unión Europea, al reconocer el papel desempeñado por el sector cooperativo en el desarrollo territorial, contribuyendo a una mejor integración y cohesión social. Así las sociedades cooperativas se convierten en una tipología empresarial idónea para conseguir objetivos en materia de desarrollo. La participación de los socios en todos sus procesos, el cumplimiento de los principios cooperativos y el asentamiento de estas empresas en zonas rurales son las claves para reconocerles un papel básico en el desarrollo de los

territorios. Las sociedades cooperativas juegan un papel importante porque representan los intereses de los grupos de la zona en la que se desarrollan y suponen una vinculación con el tejido económico y social de la zona que intenta procurar la creación de empleo, la movilización de recursos, la generación de inversiones y una transmisión de la información para que se desarrollen los procesos de integración y cohesión social (Bel y Ausín, 2007).

La sociedad cooperativa, objeto de nuestro trabajo, representa desde sus inicios a una organización capaz de articular y defender las necesidades de los sectores más débiles de la población. Ésta está al servicio de la persona, cada individuo, sea cual sea el grado de la organización en la que se inserte, no puede apartarse demasiado de la comunidad en la que está inmersa. Por lo que Hojiblanca S. C. A. no ha podido situarse con independencia de la actividad que llevan a cabo sus socios, sino que ha estado y está situada junto a ellos, trabajando por el desarrollo económico y social del entorno en el que se encuentra.

Centrándonos en el entorno y la comunidad local como stakeholder a tener en cuenta para lograr la cohesión social con el entorno de la empresa y asegurar así el éxito de Hojiblanca S. C. A. diremos que garantiza a esta sociedad cooperativa agraria el derecho de construir sus estructuras y, en ocasiones le brinda facilidades para lograrlo: a cambio la comunidad se beneficia de las tasas impositivas por actividades empresariales y por la contribución económica (es una fuente de ingresos) y social de la cooperativa. Además, también tiene intereses depositados en la misma, que trata de defender e intenta que se respeten. Estos intereses incluyen la lucha por el mantenimiento del medio ambiente (no contaminación, evitar ruidos, evitar olores,...), la creación de empleo y disminución de costes sociales, el mantenimiento de la estabilidad social de la comunidad, la formación de polígonos industriales, el desarrollo local, etc. Los conflictos más importante que se podrían producir entre la sociedad cooperativa y la comunidad como stakeholder serían el cierre de plantas y la contaminación atmosférica.

Además, cuando identificamos el entorno como stakeholder nos referimos al entorno natural pues, aunque por su naturaleza no debería ser incluido dentro de la clasificación de los stakeholders, es importante considerarlo como tal porque dichos stakeholders pueden cambiar drásticamente su relación con la sociedad cooperativa en función del trato otorgado por ésta a la naturaleza, el respeto y conservación que se demuestre por dicho entorno.

Otras manifestaciones de las relaciones de interdependencia que Hojiblanca S. C. A. mantiene con su entorno serían las siguientes: en primer lugar, podemos ver cómo la comunidad y el entorno favorecen el desarrollo de una cultura cooperativa, lo que constituye un aspecto favorable para la continuidad de esta empresa, pues cuenta con el apoyo de su comunidad y a la vez, está favorecida por el entorno en el que desarrolla su actividad.

El valor que es capaz de generar esta sociedad cooperativa tiene tanta importancia para sus socios como para el entorno en que se ubica. En la mayoría de las ocasiones, sobre todo en las localidades de pequeña dimensión, las almazaras cooperativas asociadas a Hojiblanca S. C. A. son el motor de desarrollo y la base de la economía local. Así, el mayor interés por la comunidad asegura un desarrollo y prosperidad de la zona geográfica en la que se implanta la organización. Esta sociedad cooperativa no se aísla de la actividad que llevan a cabo sus socios, sino que por el contrario se sitúa junto a ellos trabajando por la mejora del nivel de vida del entorno en el que se encuentra. Se intenta asegurar la identificación de ideas y necesidades de los miembros de la empresa para fomentar la supervivencia y el éxito de la misma.

Se trata de buscar el desarrollo sostenible de la comunidad en la que está insertada esta sociedad cooperativa, mediante políticas apoyadas por sus socios. Así, en la medida que intervengan más individuos en la organización, será más fácil identificar nuevas ideas y ayudar al desarrollo del entorno. De esta manera, Hojiblanca S. C. A. puede ser considerada como una asociación democrática de emprendedores.

En resumen, podemos decir que el principio interés por la comunidad hace referencia al grado de relación o unión con lo local de toda experiencia cooperativa. El componente endógeno es considerado como un elemento de gran importancia tanto para el funcionamiento como para el desarrollo de las cooperativas (Moreira, 1999). Desde el punto de vista de los valores o principios cooperativos, la cohesión social forma parte de lo que este autor denomina la ventaja cooperativa.

Asimismo, creemos que el alineamiento entre los socios y los directivos profesionales en el cumplimiento de los principios y valores cooperativos en la sociedad cooperativa favorece la consecución del éxito empresarial y la ventaja competitiva de la organización. Siguiendo con el caso de estudio analizado hemos observado la importancia que tiene Hojiblanca Sociedad Cooperativa Andaluza en la zona que está implantada (Málaga). Uno de los stakeholders entrevistados nos comenta:

“[...] Málaga es prácticamente Hojiblanca”

Se puede afirmar que la mayoría de la población de la zona de Antequera (Málaga) está vinculada a esta sociedad cooperativa. De este modo, se puede considerar nuestro caso de estudio como un motor de desarrollo de la localidad, al ser una fuente de ingresos importante que propicia la aparición de una gran actividad comercial ligada a la misma. Este es el discurso de uno de los stakeholders entrevistados:

“Sería muy difícil entender la economía de muchos municipios sin la presencia de las cooperativas”

Por otra parte, para Hojiblanca es básico estrechar vínculos con el entorno para mejorar las relaciones con éste, en particular con las diferentes administraciones. Con esta finalidad establece numerosas relaciones institucionales tanto a nivel nacional y regional, como local y comarcal.

También realiza numerosas colaboraciones con el entorno en el que está inmersa. Se trata de colaboraciones educativas de todos los niveles, pues aporta aceite para desayunos escolares, en fiestas locales y autonómicas. Colaboraciones institucionales con la Consejería de Cultura y la de Agricultura de la Junta de Andalucía, con las Diputaciones Provinciales,..., colaboran con diferentes asociaciones (agrarias, vecinales,...) que solicitan apoyo para las actividades que organizan. En definitiva, se puede comprobar cómo Hojiblanca influye positivamente en el desarrollo de su entorno a cualquier nivel nacional, regional y local.

5. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE TRABAJO

En las últimas décadas, el movimiento cooperativo en todo el mundo intenta resolver un interrogante esencial de primera magnitud: cómo interactuar con la nueva realidad económica, social y tecnológica del entorno sin amenazar los principios cooperativos y sin sacrificar la particularidad de sus objetivos (Agirre, 2001).

Nuevos retos se presentan para las sociedades cooperativas en el futuro que se pueden sintetizar en: la mejora de la dimensión y la competitividad, la adaptación a las nuevas demandas de mercado, el fomento de la educación y la formación, la concentración y organización de la información, la potenciación de procesos de desarrollo territorial y la homogeneización de las condiciones sociales, normativas y financieras que promueven la intercooperación. Teniendo en cuenta esta realidad, los empresarios del medio rural a través de sus sociedades cooperativas han de estar atentos a la solución de los grandes problemas y la satisfacción de las nuevas demandas (Bel y Ausín, 2007).

Como hemos observado en el caso de estudio analizado la identidad cooperativa continúa siendo válida para enfrentarse al reto que supone la globalización de los mercados. Además esta identidad cooperativa basada en la cultura tan específica de este tipo de empresas y sus principios de funcionamiento particulares posibilita que este tipo de empresa pueda lograr una ventaja competitiva sostenible ante las nuevas condiciones del entorno.

Podemos afirmar que los principios cooperativos suponen una característica diferenciadora de este tipo de empresa, en general y de Hojiblanca S. C. A. en particular, y que esta característica puede asegurar una gestión excelente adaptada a las nuevas necesidades del entorno globalizado en el que prima el cambio, la rapidez, la innovación, la flexibilidad y el estar dispuesto a reinventar cada actividad productiva o de servicios. Esta empresa ha intentado aplicar un management comprometido que entiende el propósito y los valores cooperativos y que puede utilizarlos para tener éxito y utilizar las diferencias cooperativas como una ventaja competitiva.

De este modo, la finalidad que hemos pretendido es poner de relieve cómo la profundización y el cumplimiento de los principios cooperativos puede ser un instrumento

para lograr la supervivencia y la competitividad en la empresa cooperativa Hojiblanca S. C. A.

En definitiva, esta empresa cooperativa representa una realidad empresarial de propiedad colectiva y gestión democrática que trata de fomentar la solidaridad, la participación y la corresponsabilidad. Su funcionamiento se rige por los principios cooperativos que constituyen su particularidad y esencia. El cumplimiento de estos principios cooperativos permite que se genere capital social en esta empresa cooperativa, el cual constituye un activo intangible de carácter estratégico que puede influir en la competitividad de la organización. Además, como hemos observado el cumplimiento y la profundización en los principios cooperativos ha supuesto una mejora en la relación entre los stakeholders de la empresa cooperativa, este resultado es acorde con el trabajo de Marcuello y Saz (2008).

Según el último de los principios cooperativos, “al mismo tiempo que se centran en las necesidades y los deseos de los socios, las sociedades cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades según los criterios aprobados por los socios” (ACI, 1995). Este principio supone, como se ha puesto de manifiesto la búsqueda de la cohesión social con el entorno en el que está inmersa la empresa. Asimismo, como hemos observado en el caso de estudio se ofrece la posibilidad de desarrollar la zona geográfica de referencia en la que se implanta la organización.

Con este trabajo se ha intentado mejorar el conocimiento de la sociedad cooperativa a través del caso de la empresa Hojiblanca S.C.A. Del análisis de este caso, hemos comprobado cómo la aplicación de los principios cooperativos, y en particular el último de ellos, es básico para lograr una ventaja competitiva en la organización y propiciar el desarrollo y cohesión social de la zona de referencia. Se ha observado cómo los principios cooperativos ponen en práctica los valores del cooperativismo a través de la gestión participativa. De este modo, podemos entender el estudio del caso analizado como ilustrativo para futuras investigaciones.

Para finalizar, hemos de precisar que los principios cooperativos tienen una misma función: servir de cauce para forjar una estructura cooperativa eficaz y adecuada a los intereses de todos sus integrantes. Por tanto, creemos que respetando estos principios, la sociedad cooperativa adquirirá plena competitividad en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- AECA (2004): *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Comisión de responsabilidad social corporativa.
- AGIRRE, A. (2001). “Los principios cooperativos “atractores” de la gestión eficiente: su medición. Aplicación al caso de Mondragón Corporación Cooperativa”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 39, pp. 93-114.
- ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL (ACI) (1995): “Los principios cooperativos del siglo XXI”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 19, pp. 38-39.
- ALIMARKET (2008): “Ranking de las 5000 mayores empresas de España”. *Publicaciones Alimarket S.A.*
- ÁLVAREZ, J. (1999): “Priorización de los stakeholders en la actual sociedad del conocimiento”. *Técnica Contable*, 610, pp. 665-670.
- ARCAS, N. y RUÍZ, S. (1997): “La comercialización de frutas y hortalizas en el entorno internacional”. *Distribución y Consumo*, 7 (35), pp. 55-91.
- BEL, P. y AUSÍN, J.M. (2007): “Contribución de las sociedades cooperativas al desarrollo territorial”. *REVESCO*, 92(2), pp. 41-71.
- BERGLÖF, E. y CLAESSENS, S. (2006): “Enforcement and Good Corporate Governance in Developing Countries and Transition Economies”. *The World Bank Research Observer*, 21 (1), pp. 123-150.
- BREALEY, R.A. y MYERS, S.C. (1993): *Fundamentos de Financiación Empresarial*. Edición Mc Graw-Hill, Madrid.
- CABALLERO, G. (2005): *Los stakeholders en el modelo de gobierno corporativo. Un análisis del impacto en las estrategias de empleabilidad de la universidad española*. Tesis Doctoral, Universidad de Vigo.
- CCAE (2001): *Cooperativismo en cifras*. Publicado en www.agro-alimentarias.coop
- CHAVES, R. (2004): “Gobierno y democracia en la economía social”. *Revista Mediterráneo Económico*, 6, pp. 35-52.
- CHAVES, R. y SOLER, F. (2004): *El gobierno de las cooperativas de crédito en España*, CIRIEC-España y Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Valencia.
- CHEUNG, Y.L.; CONNELLY, Th.; LIMPAPHAYON, P. y ZHOU, L. (2007): “Do Investors Really Value Corporate Governance? Evidence from the Hong Kong Market”. *Journal of International Financial Management & Accounting*, Oxford; 18 (2), pp.86.

- CORNFORTH, C. (2002): "Making Sense of Co-operative Governance: Competing Models and Tensions". *Review of International Co-operation*, 95(1), pp. 51-57.
- DAVIS, P. (2001): "The governance of co-operatives under competitive conditions: issues, processes and culture". *Corporate Governance*, 1(4), pp. 28-39.
- DÍAZ, F. (2000): "Cooperativismo, valores e ideología". *Anuario de Estudios Cooperativos*, 1, pp. 127-142.
- DÍAZ, F. (2004): "Actitudes, motivaciones y creación de empresas: el caso de los emprendedores en sistema cooperativo". *REVESCO*, 24, pp. 37-52.
- EISENHARDT, K. M. (1989): "Agency Theory: An Assessment and Review". *Academy of Management Review*, 14(1), pp. 57-74.
- FREEMAN, E. (1984): "Strategic Management: A stakeholder approach". *Boston: Printman Press*.
- GARCÍA, E. (2000): *La profesionalización de la sociedad cooperativa almazarera andaluza: un enfoque de agencia*. Tesis Doctoral, Universidad de Jaén.
- GÓMEZ, P. y MIRANDA, G. (2006): "Sobre el régimen económico y financiero particular de las sociedades cooperativas". *REVESCO*, 90, pp. 28-56.
- GONZÁLEZ, E. (2001): *La responsabilidad moral de la empresa: una revisión de la teoría de stakeholder desde la ética discursiva*. Tesis doctoral, Universidad Jaume I de Castellón.
- GUERRAS, L.A. y NAVAS, J.E. (2007): *la Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones*. *Thompson Civitas*.
- HERMES, N.; POSTMA, Th. J.B.M. y ZIVKOV, O. (2006): "Corporate governance codes in the European Union; Are they driven by external or domestic forces?" *International Journal of Managerial Finance*, 2 (4), pp. 280.
- HERNÁNDEZ, M. J. (2001): *Base Social de las sociedades cooperativas almazareras*. Caja Rural de Jaén.
- HERNANDEZ, M. E. y MUNUERA, J. L. (1997): Consideraciones sobre la competitividad de la empresa de comercialización hortofrutícola. *Distribución y Consumo*, Agosto/Septiembre.
- HERNÁNDEZ, M.J.; RUÍZ, C. Y GARCÍA, E. (2008): "La cultura como mecanismo de gobierno y control en las organizaciones cooperativas". *REVESCO*, 95, pp. 94-111.
- JORDAO, J. y BRIZ, J. (2004): "Aproximación sostenible del tema del cooperativismo en Portugal: situación actual y perspectivas para el futuro". Congreso Internacional del Cooperativismo Agrario y Desarrollo Rural, Valencia.

- JULIÁ, J.F. (1999): “La concentración en el cooperativismo agroalimentario”. *Cuadernos de Agricultura, Pesca y Alimentación*.
- LIZCANO, J.L. (2006): “Buen gobierno y responsabilidad social corporativa”, *Partida Doble*, 182, pp.20-35.
- MALLIN, CH. (2003): “Los Códigos de Buen Gobierno: la experiencia británica”. *Análisis Financiero*, 90 (número extraordinario), pp. 73-80.
- MARCUELLO, C. y SAZ, M.I. (2008): “Los principios cooperativos facilitadores de la innovación: un modelo teórico”. *REVESCO*, 94, pp. 59-79.
- MARTÍNEZ, A. (1990): *Análisis de la integración cooperativa*. Universidad de Deusto, Bilbao.
- MASCAREÑAS, J.M. y LEJARRIAGA, G. (1993): “Análisis de la estructura de capital de la empresa”. Ed. EUDEMA Universidad.
- MCGUNABLE, D.M. (2007): “Corporate Governance in China”. *The Business Review, Cambridge*, 8 (1), pp. 52-60.
- MENGUZZATO, M. y RENAU, J.J. (1991): “Innovación Tecnológica, hilera de producción y estructura de una industria”. *Esic market*, 73, pp. 93-102.
- MITCHELL, R.; AGLE, B. y WOOD, D. (1997): “Toward a theory stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts”. *Academy of Management Review*, 22(4), pp. 853-886.
- MOREIRA, M.A. (1999): “Globalizacao e o movimento cooperativo. Tópicos para o debate”. En *O Cooperativismo no novo milenio. A vantagem cooperativa*. Lisboa: INSCOOP, pp. 53-94.
- NILSSON, J. (1996): “The nature of cooperative values and principles”. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 67(4), pp. 633-653.
- OCDE (1999 y 2004): Principios de Gobierno Corporativo
- OKIKE, E.N.M. (2007): “Corporate Governance in Nigeria: the status quo”. *Corporate Governance*, 15 (2), pp. 173.
- PASS, CH. (2006): “The revised Combined Code and corporate governance: An empirical survey of 50 large UK companies”. *Managerial Law*; 48 (5), pp. 467-478.
- PEDROSA, C. (2009): Factores de éxito en la gestión de las sociedades cooperativas: el caso de Hojiblanca. *Trabajo de Investigación realizado en el Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén*.

- PEDROSA, C. (2009): “Modelos teóricos que nos ayudan a comprender el gobierno de las sociedades cooperativas, una apuesta por el enfoque de los stakeholders”, *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, 4, pp. 54-71.
- PLANELLIS, J.M. y MIR, J. (2000): “Situación actual de la Distribución Europea”. *Levante Agrícola, Primer trimestre*, pp. 76-85.
- REAZ, M. y HOSSAIN, M. (2007): “Corporate Governance around the World: An Investigation”. *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 11 (2), pp.169-175.
- ROMERO, A.J. y PÉREZ, M., (2003): “Organizational culture, individual differences and the participation system in cooperativism of associated workers in Andalusia, Spain”. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 74(2), pp. 283-320.
- RUÍZ, M.C.; HERNÁNDEZ, M.J. y GARCÍA, E. (2008): “La identidad cooperativa como respuesta al desafío de la globalización: la búsqueda de la excelencia empresarial”. 27 Congreso Internacional de CIRIEC (Sevilla, 22-24 Septiembre).
- RYAN, B.; SCAPENS, W., y THEOBAL, M. (1992): “Research Method and Methodology in Finance and Accounting”, *Academic Press*.
- SCOTT, S. y LANE, V. (2000): “A stakeholder approach to organizational identity”. *Academy of Management Review*, 25(1), pp. 43-62.
- SPEAR, R. (2004). “El gobierno democrático en las empresas cooperativas”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 48, pp. 11-30.
- TALIENTO, M. (2007): “The Role and The Ambit of Corporate Governance and Risk Control Frames”. *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 11 (2), pp. 251-256.
- TIPURIC, D., HRUSKA, D. y ALEKSIC, A. (2007): “Corporate Governance and Ownership Concentration in Croatia”. *The Business Review, Cambridge*, 7 (1), pp. 207-211.
- TOUS, D. y CIRUELA, A.M. (2005): “Responsabilidad social y cultura en las sociedades cooperativas agrarias. Modelo general de balance social”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, pp. 209-240.
- VARGAS, A. (1995): “La identidad cooperativa y la cooperativa como empresa: luces y sombras”. *REVESCO*, 61, pp. 179-192.
- VARGAS, A. (1999): “De la participación en la empresa a la empresa de participación democrática”. *REVESCO*, 67, pp. 219-234.

- VILLARREAL, O. y LANDETA, J. (2007): “El estudio de casos como metodología de investigación científica en economía de la empresa y dirección estratégica”. XXI Congreso Anual EADEM, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, 6-8 Junio.
- VON ROSEN, R. (2007): “Corporate Governance in Germany”. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 15 (1), pp. 30.
- WHEELER, D. y SILLANPAA, M. (1998): “Including the stakeholders: the business case”. *International Journal of Strategic Management: Long Range Planing*, 31(2), pp. 201-210.
- YIN, R. K. (1984/1989): *Case Study Research: Design and Methods*, *Applied social research Methods Series*, Newbury Park CA, Sage.

***EL MICROCRÉDITO COMO INSTRUMENTO DE
FINANCIACIÓN AL SERVICIO DE LAS ENTIDADES DE
ECONOMÍA SOCIAL. ESPECIAL REFERENCIA AL
INSTRUMENTO EUROPEO DE MICROFINANCIACIÓN
PROGRESS***

POR

Belén BAHÍA ALMANSA¹

RESUMEN

El panorama, tres años después del inicio de la crisis financiera internacional en agosto de 2007, no es muy distinto del inicial, por lo que la denominada microfinanciación puede dar algo de luz en el sombrío entramado de la financiación empresarial. El objetivo de este trabajo es poner de manifiesto que, si bien la microfinanciación es esencial para cualquier empresa, lo es más para las entidades de economía social dadas las dificultades de acceso al crédito tradicional por las peculiaridades que presenta su estructura de capital. Contar con instrumentos financieros adecuados para las empresas del sector de la economía social es condición esencial para el crecimiento económico que nos haga sortear la crisis y que asegure el cumplimiento de la política social a que están llamadas a cumplir las citadas entidades. Por ello cabe acoger favorablemente el desarrollo de instrumentos financieros como el “instrumento europeo de microfinanciación Progress”, aprobado por el Parlamento europeo y destinado específicamente a microempresas del sector de la economía social y a grupos desfavorecidos. La puesta en marcha de estos microcréditos precisa una estructura organizativa que permita procesar de manera normalizada un elevado número de solicitudes, y esa estructura puede ser prestada por las cooperativas de crédito. Resulta generalizada la idea

¹ Profesora del Área de Derecho Financiero y Tributario de la Universidad de Málaga. Dirección de correo electrónico: bbahia@uma.es

de que el origen del microcrédito se sitúa en la creación del Grameen Bank, pero existen antecedentes, tanto en España como en otros países europeos, que sitúan al instrumento financiero del microcrédito en el origen del nacimiento de las cooperativas de crédito, por lo que la experiencia pasada puede ser aplicada al momento actual.

Palabras clave: Microcrédito; economía social; Cooperativas; Fiscalidad; Microfinanciación Progress

**MICROCREDITS AS A FINANCIAL INSTRUMENT FOR SOCIAL ECONOMY
MANAGEMENT. SPECIFIC REFERENCE TO THE EUROPEAN
MICROFINANCIAL PROGRESS.**

ABSTRACT:

Three years after the financial crisis had started in August 2007, the fact is that the situation goes on being the same in general terms. For that reason, the so-called microfinanciation could clarify, at least to a certain extent, all the doubts concerning management financiation. The real aim of this project is to make evident the fact that microfinanciation is on the one hand essential for any kind of firm, but on the other hand, it is even more necessary for all those entities dealing with social economy if we take into account the difficulties of access to the traditional way of asking for a credit due to the special peculiarities that its structure of capital shows. Having at our disposal the adequate financial instruments for the companies within the scope of social economy is an essential condition for the economic growth that enables us to overcome the crisis and at the same time it can grant the fulfilment of the social politics that the previously mentioned entities are supposed to have been created for. Bearing in mind all the aspects that have already been taken into consideration, it would be logical to accept the development of financial instruments such as the "European instrument of microfinanciation Progress", that has been approved by the European Parliament and that is specifically intended to be used by microcompanies within the ambit of social economy and by disfavoured groups. The starting point of these microcredits needs an organized structure that allows us to process a considerable number of requests and that structure can be provided by credit co-operatives. It seems to be a generalized opinion the fact that the origin of the microcredit is situated in the creation of the

Grameen Bank but there are antecedents not only in Spain but in other European countries as well, that place this financial instrument _the microcredit_ in the origin of the birth of credit co-operatives. For that reason, the past experience can really be applicable to the present moment.

Keywords: Microcredit; Social Economy; Co-operatives; Tax System; Microfinanciation Progress;

1. INTRODUCCIÓN

Con el término “economía social” se hace referencia a un conjunto de entidades que desarrollan una actividad económica y empresarial privada mediante la asociación de personas físicas o jurídicas que, siguiendo unos principios que le son propios, persiguen el interés colectivo de sus miembros y la consecución de un interés general, estando fuertemente vinculadas al entorno en que desarrollan su actividad.

Dentro de las entidades de economía social destaca por su importancia la “sociedad cooperativa”, que es definida por la Alianza Cooperativa Internacional como «una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática».

Si la financiación es esencial para cualquier empresa, lo es más para las empresas de economía social. De los instrumentos de financiación que estén a su alcance van a depender tanto la viabilidad económica como la eficiencia de la política social que llevan a cabo estas entidades en orden al logro de los fines de interés general que tienen encomendadas.

El éxito de las entidades de economía social, y entre ellas el de las cooperativas —en cuanto entidades que desempeñan y desarrollan una actividad empresarial con trascendencia social—, está fuertemente condicionada a la captación de recursos financieros que les proporcionen los medios económicos indispensables para el desarrollo de sus actividades y el logro de sus fines. La financiación representa para cualquier tipo de empresa, y por tanto

también para las de economía social, un factor fundamental para el logro de un alto nivel de eficiencia en el ámbito empresarial.

Las entidades de economía social tienen, como cualquier otra sociedad, una estructura financiera, integrada por el conjunto de recursos necesarios para el desarrollo de su propia gestión empresarial y el ejercicio de un conjunto de actividades necesarias para mantenerse en un mercado cada vez más competitivo. La vigente Ley española sobre Cooperativas, dada la necesidad de fortalecer la consolidación empresarial de estas entidades, flexibilizó su régimen económico y societario, introduciendo importantes novedades en materia de financiación de estas entidades. La estructura diseñada trata de hacer compatibles los principios y valores cooperativos con la rentabilidad y el éxito del proyecto empresarial acometido a través de este tipo de entidades.

Pero esta estructura plantea muchos problemas para el logro de una financiación adecuada, más aún a raíz de la reforma mercantil y contable operada en nuestro país por la Ley 16/2007, de 4 de julio, de Reforma y Adaptación de la Legislación Mercantil en Materia Contable para su Armonización Internacional con Base en la Normativa de la Unión Europea, lo que hace necesario la búsqueda de nuevos instrumentos de financiación que hagan plenamente viables a este tipo de entidades.

Uno de los principales efectos de la crisis económica actual que está provocando una importante restricción del crédito produciendo una repercusión muy negativa en el conjunto empresarial español, que se ve reflejado tanto en una reducción del número de nuevos proyectos empresariales acometidos, como en el cierre de un gran número de empresas que, siendo viables, se ven abocadas a su extinción y disolución ante la falta de financiación. En este contexto económico, son las empresas de menor dimensión —y dentro de ellas las de economía social—, las que sufren en mayor medida las consecuencias de esta crisis que nos azota al verse privadas de la liquidez y acceso al crédito que necesitan para financiar tanto sus operaciones corrientes como sus proyectos de inversión. Todo esto se ha visto reflejado en la reducción del número de entidades de nueva creación y en la pérdida de empleo en las ya existentes

2. DIFICULTADES DE FINANCIACIÓN DE LAS COOPERATIVAS DERIVADAS DE SU PROPIA ESTRUCTURA FINANCIERA

La financiación de las entidades de economía social y por tanto la de las cooperativas, está integrada —como la financiación de otras empresas— por una estructura que distingue entre recursos no exigibles y recursos exigibles². Hay que señalar, sin embargo, que se detectan algunos problemas tanto en relación con este patrimonio no exigible como con el exigible, que dificultan el acceso al crédito por parte de las entidades de economía social y las hacen menos competitivas frente a otro tipo de entidades.

Por lo que respecta al patrimonio no exigible, es decir, a la financiación propia, sólo se va a calificar como patrimonio neto a aquellos instrumentos financieros que en el fondo cumplan la definición que se establece para el pasivo no exigible, independientemente de cuál sea la forma empleada para dicho instrumento, lo que podrá plantear algunos problemas en orden a la financiación de la cooperativa.

Por lo que respecta al patrimonio exigible, es decir, a la financiación ajena, tradicionalmente las necesidades de capitales de estas empresas no financieras han sido cubiertas —en la parte no cubierta por los socios— por los bancos y demás entidades de crédito en su función de intermediarios bancarios. Pero la crisis económica desatada en los últimos tiempos ha demostrado que, si bien las necesidades de capital de las grandes empresas (aunque ahora de forma más reducida) sí son cubiertas de forma casi absoluta por parte de las

² Diversos trabajos han abordado como tema de estudio la estructura de capital, pero aplicados todos ellos en general a las empresas de reducida dimensión. Entre las obras de autores extranjeros destacan: J.S. ANG, «Small Business Uniqueness and the theory of financial Management», *Journal of Small Business Finance*, vol. 1, nº.1, 1991, pág. 1 al 13; B. GIBSON, «Financial Information for Decision-Making: An alternative Small firm Perspective», *Journal of Small Business Finance*, vol. 1, nº 3, 1992, págs 221 a 232; G. REID, *Small business enterprise: an economic analysis*, Routledge, London, 1993; A.D. COSH y A. Hughes, «Size financial structure and profitability» en A. HUGHES y D.J. STOREY (eds.), *Finance and the Small firm*, Routledge, London, 1994; D. Storey, *Undertanding the small firm sector*, Routledge, London, 1994; R.T. HAMILTON y M.A. FOX, «The financing preferences of small firm ownners», *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol.4, nº.3, 1998, págs. 239 a 248. Entre los autores nacionales tenemos a C. OCAÑA, V. SALAS y J. VALLÉS «Un análisis empírico de la financiación de la pequeña y mediana empresa manufacturera española: 1983-1989», *Moneda y Credito*, nº.199, 1994, págs. 57 a 96; J.A. MAROTO ACÍN «Estructura financiera y crecimiento de las pymes» *Economía Industrial*, nº. 310, 1996, pags. 29 a 40; L. BOEDO y A.R. CALVO «Un modelo de síntesis de los factores que determinan la estructura de capital óptima de las PYMES», en *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, vol. 6, nº 1, 1997, págs. 107 a 124; A. Estrada y J. Vallés «Investment and Financial Structure in Spanish Manufacturing Firms», *Investigaciones Económicas*, vol. 22, nº 3, 1998, págs. 337 a 359; J. LÓPEZ, V. RIAÑO y M. ROMERO, «Restricciones financieras y crecimiento: el caso de la pequeña y mediana empresa>>», en *Revista española de Financiación y Contabilidad*, vol. 28, nº 99, 1999, págs. 349 a 382.

entidades de crédito, a través de las formulas tradicionales de créditos, prestamos y descuentos, no sucede lo mismo cuando se trata de pequeñas empresas y de empresas situadas en sectores con un elevado riesgo, cuyas posibilidades de financiación a través de estos medios tradicionales se han visto fuertemente limitadas.

A) La Financiación Propia

Con carácter general los recursos propios comprenden aquella parte de la financiación básica de la empresa cuya función se dirige a la cobertura de los riesgos derivados de la gestión. Representa la garantía o solvencia de la sociedad frente a los terceros que se relacionan con la empresa. Refleja el conjunto de recursos —con carácter general permanentes— propiedad de los socios u otros partícipes.

Los recursos propios de la sociedad cooperativa son de varios tipos, y así nos encontramos con el capital social, formado por las aportaciones obligatorias y voluntarias de los socios, las reservas voluntarias, que son los excedentes no repartidos que integran los fondos sociales, el fondo de reserva obligatorio no reintegrable y las reservas especiales, como la reserva derivada de revalorizaciones legales del activo.

La asunción de las NIFF por parte de nuestro Ordenamiento mercantil-contable en virtud de la aprobación del nuevo Plan General Contable aprobado por Real Decreto 1514/2007 de 17 noviembre de 2007, ha producido unos cambios importantes en la normativa sobre fondos propios de las cooperativas³. En concreto la Norma de Valoración Novena, apartado 3º, siguiendo la NIC 32 (Instrumentos financieros: presentación e información a revelar), plantea la distinción entre los pasivos financieros y los instrumentos de patrimonio, señalando que el elemento clave para la diferenciación radica en la existencia de una obligación contractual, —que recae sobre una de las partes implicadas en el instrumento financiero, el emisor,— consistente en entregar efectivo u otro activo financiero o intercambiar activos financieros o pasivos financieros con a la otra parte, el tenedor, en condiciones que sean potencialmente desfavorables.

³ Existe un proyecto de Orden del Ministerio de Economía y Hacienda por la que se aprueban las normas sobre los aspectos contables de las sociedades Cooperativas. En este proyecto se regulan el concepto, calificación y valoración del capital social cooperativo

En el párrafo 19 de la citada Norma se establece que aunque algunos instrumentos toman la forma legal de instrumentos de patrimonio, en el fondo son pasivos financieros. Esta afirmación levantó un gran revuelo en el sector cooperativo. Uno de estos supuestos al que hace mención la NIC 32, en su párrafo 19, hace referencia al capital social de las cooperativas, al señalar que: «algunas entidades cooperativas pueden conceder a sus propietarios o partícipes el derecho a recibir el reembolso de sus aportaciones en cualquier momento por un importe efectivo igual a su participación proporcional en el valor de su activo emisor». Como sabemos, en las sociedades cooperativas la imposibilidad de transmisión de las aportaciones a terceros se suple por una expectativa de devolución o reembolso del capital aportado —el valor actualizado de su aportación— en el momento de la baja del socio.

La NIC 32 es, pues, la norma que va a sacudir el régimen del capital social y el régimen económico de las cooperativas, pues las aportaciones de los socios, en la medida en que sean reembolsables, no pueden calificarse como recursos propios.

Como se desprende del párrafo 2 de la CINIIF 2⁴ —norma que interpreta la NIC 32 en relación con las cooperativas—, esta Interpretación se aplicará a las aportaciones de los socios que constituyen participaciones en la propiedad de las entidades cooperativas. Así, el párrafo 7, establece que tales aportaciones serán consideradas patrimonio neto sólo «si la entidad tiene el derecho incondicional a rechazar su rescate. En concreto el párrafo 8 habla de que «las leyes locales, los reglamentos o los estatutos de la entidad pueden imponer diferentes tipos de prohibiciones para el rescate de las aportaciones de los socios», en cuyo caso califica el capital como instrumento de patrimonio. En el supuesto de que las condiciones escapen a la autonomía de la voluntad de la entidad, el instrumento se debería calificar como pasivo financiero.

El capital social de las cooperativas se calificará como patrimonio neto (fondos propios) o podrá ser considerado como un instrumento financiero compuesto (pasivo financiero) en función de las características de las aportaciones de los socios o partícipes. Así pues, tendrán la consideración de fondos propios las aportaciones al capital social cuyo

⁴ Esta norma supone la interpretación definitiva de la NIC 32, que con el título IFRIC 2 (en español CINIIF 2), Aportaciones de socios a entidades cooperativas e instrumentos similares, fue publicada el 25 de noviembre del 2004

reembolso, en caso de baja, pueda ser rehusado incondicionalmente por el consejo rector, siempre que no obliguen a la sociedad cooperativa a pagar una remuneración obligatoria al socio o partícipe. Se incluyen también aquellas aportaciones al capital social respecto de las cuales los estatutos prevén que cuando en un ejercicio el importe de la devolución de las aportaciones supere un determinado porcentaje del capital, los nuevos reembolsos estarán condicionados al acuerdo favorable del consejo rector. El resto de aportaciones al capital social tendrán la consideración de instrumentos financieros compuestos en la medida en que incluyen un componente de pasivo financiero, como son las aportaciones de los socios con derecho a reembolso en caso de baja, y aquellas que tienen asociada una remuneración obligatoria.

La Ley General de Cooperativas⁵, la Ley Vasca y la Ley Navarra, adelantándose a las consecuencias que podría acarrear la calificación del capital como pasivo exigible —especialmente en orden a las dificultades que ello podría tener en el acceso al crédito en el mercado de capitales—, han regulado la posibilidad de que, vía estatutos, se establezca que, bien la asamblea general bien el consejo rector, puedan rehusar el reembolso total o parcial de las aportaciones. Se elude de este modo la aplicación de la norma de valoración 9, apartado 3, a fin de que el capital social sea calificado como patrimonio neto. Pero esta previsión supondría añadir un nuevo límite a los muchos que ya sufren las cooperativas.

Las cooperativas tienen un conjunto de limitaciones en su régimen económico (dotación de fondos obligatorios, limitación en el reparto de excedentes...) que ahora se pueden ver agravados tanto con la calificación contable de las aportaciones al capital como pasivo exigible como con la nueva limitación que supone la negación del derecho al reembolso prevista en los estatutos.

Resulta claro, pues, el efecto negativo que desde el punto de vista de la financiación de la cooperativa resulta de esta nueva exigencia contable, pues las cooperativas podrán llegar a

⁵ La Ley 16/2007, de 4 de julio de Reforma y Adaptación de la Legislación Mercantil en Materia Contable, tratando de dar solución al problema planteado por la NIC 32, dictó la Disposición Adicional Cuarta de modificación de la Ley General de Cooperativas, dando nueva redacción al artículo 45.1 introduciendo la distinción entre aportaciones al capital social, con derecho a reembolso en caso de baja y aportaciones cuyo reembolso pueda ser rehusado incondicionalmente por el Consejo Rector. En el primer caso, el capital social representado por esas aportaciones tendría consideración de pasivo, mientras que en el segundo caso el capital podría ser considerado patrimonio neto.

carecer de recursos propios o verse reducidos a la mínima expresión, con lo que ello representa para la imagen económica y financiera de estas entidades y, por tanto, para captación de recursos tanto por parte de los socios como de terceros. El incremento de los niveles de endeudamiento y de insolvencia, unido a una disminución de su rentabilidad financiera, puede afectar negativamente a su acceso al estrecho mercado del crédito y a las posibilidades de obtener financiación o inversión externa.

Se hace necesario por tanto adoptar nuevas medidas legales y fiscales que compensen la situación de agravio en la que se encuentran estas entidades frente a otros tipos sociales, evitando así su huida hacia otras formas sociales menos exigentes. No sólo es necesario armonizar el derecho de reembolso con los nuevos criterios contables, sino que se hace aún más necesario llevar a cabo una reforma en profundidad de su régimen fiscal, acompañada de un conjunto de medidas de orden financiero (GADEA, SACRISTÁN y VARGAS VASSEROT, 2009)⁶.

B) La Financiación Ajena

Dentro de la financiación ajena se contabilizan los préstamos voluntarios que realicen los socios, así como la financiación prestada por las entidades financieras —ya sean a largo o a corto plazo—, los acreedores comerciales, los acreedores por operaciones de arrendamiento financiero, las emisiones de obligaciones y las Administraciones Públicas.

También se pueden incluir los llamados “instrumentos financieros innovadores” entre los que tenemos los títulos participativos, las participaciones especiales y las cuotas de participación. Estos instrumentos pueden ser adquiridos tanto por los propios socios como por terceros no socios y poseen un rasgo común, cual es que la remuneración de esa participación financiera puede estar vinculada al resultado obtenido en el ejercicio, siendo además su transmisión de mayor facilidad frente a los títulos representativos del capital social.

⁶ E. GADEA, F. SACRISTÁN y C. VARGAS VASSEROT, *Régimen jurídico de la Sociedad Cooperativa del siglo XXI. Realidad actual y propuestas de reforma*, Dykinson, 2009, pág. 387.

3. NECESIDAD DE FINANCIACIÓN ADECUADA PARA LAS ENTIDADES DE ECONOMÍA SOCIAL

El “Informe del Parlamento Europeo sobre el Reconocimiento y Fomento de la Economía Social” (Informe Toia) aprobado por el Parlamento Europeo el 19 de febrero de 2009 caracteriza a las empresas de economía social por su actividad al servicio del interés general y del “desarrollo sostenible”.

Contar con instrumentos financieros adecuados para las empresas es condición esencial para el crecimiento económico, más aun en el caso de las microempresas de economía social por la capacidad de empleo que pueden generar y por su efectos positivos sobre la sociedad en general.

La eficiencia en la gestión empresarial que exige la eficacia de la gestión social de los agentes de la economía social, no se sustenta con la actual situación de crisis financiera y ausencia de cauces adecuados de financiación a las necesidades de las PYME's en general y, lo que es mucho más grave, en atención al interés general de las empresas de economía social en particular.

Resulta especialmente grave que la renuncia al logro de un objetivo de interés general, propio de estas empresas de economía social, tenga como principal causa la existencia de un sistema financiero incapaz de adaptarse a las exigencias de un sector tan importante como este.

Los instrumentos de financiación tradicionales tales como prestamos, créditos, leasing, etc. se muestran claramente ineficaces en tiempos de crisis como el actual.

Como hemos visto, a las dificultades financieras propias de las PYME's se añaden — en las entidades de economía social— otras derivadas tanto de su estructura de financiación, especialmente en cuanto a la calificación del capital social como pasivo exigible, como de la propia configuración jurídica específica de estas entidades, reflejada en sus propios estatutos legales (estructura democrática, primacía del factor trabajo sobre el capital, especial régimen de reparto de beneficios...), que no la hacen atractiva para la captación de recursos.

El tratamiento desfavorable que en su régimen jurídico económico se da al factor capital hace que éste no se sienta atraído a invertir en las mismas. Así, en cuanto a los fondos propios, son varios los factores de su régimen jurídico que dificultan la captación de recursos: la posibilidad de que las aportaciones de los socios al capital sea calificado como un pasivo exigible; las dotaciones a fondos obligatorios, no solo al Fondo de Reserva Obligatorio y al Fondo de Educación y Promoción, que hacen poco rentables las inversiones en las cooperativas por parte de los propios miembros; el reparto, en función de la actividad y no del capital, desincentiva las aportaciones a capital; la imposibilidad de libre transmisión de las participaciones en el capital social, que impide la generación de plusvalías procedentes de la inversión en el mismo; la posibilidad de que el consejo rector declare no reembolsables (total o parcialmente) las aportaciones al capital social a fin de que el mismo sea calificado como patrimonio neto, que constituye como vimos un mecanismo claramente desincentivador de aportaciones por parte de los socios.

El recurso a la autofinanciación (reservas voluntarias y obligatorias, amortizaciones, provisiones y el resultado del ejercicio) ha sido el principal medio de financiación de las entidades de economía social, debido no sólo a que se ha desincentivando fiscalmente la distribución de excedentes entre los socios, sino también por la obligatoria provisión de reservas con cargo a los beneficios. No obstante, estos recursos no son suficientes para atender las necesidades financieras de estas empresas, más aún hoy día ante el estrechamiento de los márgenes comerciales como consecuencia de la crisis económica general.

También, del lado de los fondos de financiación ajenos, las entidades de economía social sufren problemas de financiación, de modo que, a la falta de acceso a los mercados secundarios de valores, se une la dificultad de captar recursos de forma individual en el mercado financiero derivado de la variabilidad del capital social y de la posibilidad de que éste sea calificado como un pasivo financiero. Otro de los hechos causante de la falta de financiación es la existencia de una estructura financiera apoyada en recursos fundamentalmente a corto plazo (descuento, prestamos, pólizas de crédito...) que limitan las inversiones en proyectos a medio y largo plazo, muy restringidos en la situación de crisis actual.

Lógicamente, también las entidades de economía social pueden acudir a las ayudas públicas vía subvenciones como medio de financiación. En particular, pueden solicitar un conjunto de subvenciones concretas como: ayudas para el fomento del empleo en sociedades laborales y cooperativas; ayudas para el apoyo a la inversión, a través de la bonificación de tipos de intereses de los préstamos; ayudas para asistencia técnica (realización de estudios técnicos, informes económicos, auditorías...); ayudas para actividades de formación, fomento y difusión vinculadas directamente al empleo en cooperativas y sociedades laborales...

Pero el mecanismo de la subvención no es, en opinión de los autores, el mecanismo de ayuda más deseable, ya que implica que «dependan financieramente de la Administración Pública dadas las connotaciones negativas que eso conlleva y la reducción del prestigio en el mercado» (MARTIN LÓPEZ, GARCIA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, y LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, 2010:23)⁷. Además, se trata de medidas coyunturales que no solucionan los problemas a largo plazo de estas entidades.

Todo esto hace que sea necesaria la previsión urgente de un conjunto de medidas que traten de paliar los problemas de financiación que presentan actualmente estas sociedades.

El Informe Toia recomienda la búsqueda de nuevos medios especiales de financiación para las empresas de economía social. En este escenario cobra sentido y significado un grupo de nuevas medidas estatales y comunitarias.

Entre las medidas estatales destacan las recogidas en el Plan Español para el Estímulo de la Economía y el Empleo, que trata de apoyar a las PYME's. De una parte, a través del establecimiento de las nuevas líneas de financiación para PYME's del Instituto de Crédito Oficial; de otra a través de medidas fiscales concretas que suponen un beneficio fiscal, como son, entre otras, la devolución mensual del IVA, la elevación de 6.000 a 18.000 euros el importe de las solicitudes de aplazamiento o fraccionamiento de impuestos sin necesidad de aportar garantías, el establecimiento de la libertad de amortización para nuevas inversiones en el ámbito del Impuesto sobre Sociedades, la concesión de condiciones especiales para el

⁷ S. MARTIN LÓPEZ, C. GARCIA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ y G. LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, «Las dificultades de financiación de las empresas de participación ante la crisis económica: la creación de una entidad financiera de crédito como alternativa», en *REVESCO* nº 100-Extraordinario, Monográfico: la respuesta de la Economía Social ante una crisis global, 2010, pág. 23

aplazamiento de las cuotas a la Seguridad Social o la revisión de los módulos en el régimen de estimación objetiva del IRPF.

Otra de las medidas es el convenio firmado en marzo de este año entre Ministerio de Trabajo y la Empresa Nacional de Innovación (ENISA) para el desarrollo de un programa de asistencia financiera, mediante préstamos participativos, por un importe comprendido entre cien mil y un millón de euros para el fomento del empleo en cooperativas y sociedades laborales que sean calificadas de PYME's.

Entre las medidas comunitarias destaca un nuevo instrumento de financiación bajo la forma de un microcrédito denominado Instrumento Progress, a cuyo estudio vamos a dedicar el próximo epígrafe.

4. ACERCA DE UN NUEVO INSTRUMENTO DE FINANCIACIÓN. EL INSTRUMENTO EUROPEO DE MICROFINANCIACIÓN PROGRESS

A) Antecedentes

En la declaración realizada tras la Cumbre del G-20 celebrada en Pittsburgh los días 24 y 25 de septiembre de 2009, los líderes se comprometieron a mejorar el acceso a los desfavorecidos a los servicios financieros mediante instrumentos como por ejemplo el de la microfinanciación. El Parlamento Europeo, en su Resolución de 24 de marzo de 2009 “Una iniciativa europea para el desarrollo del microcrédito en apoyo al crecimiento y el empleo”, invitó a la Comisión a intensificar sus esfuerzos para desarrollar los microcréditos en apoyo del crecimiento y del empleo.

La Comunicación de la Comisión de 3 de junio de 2009 titulada “Un compromiso compartido a favor del empleo” subrayaba la necesidad de promover el espíritu de empresa entre algunos de los grupos más desfavorecidos de Europa que tienen dificultades para acceder al mercado crediticio tradicional. La Comisión entendía que, junto a los instrumentos existentes, hacían falta medidas específicas para fortalecer la cohesión económica y social, consolidando las actividades ya emprendidas por el Banco Europeo de Inversiones, el FEI y demás instituciones financieras internacionales, sin perjuicio de las actividades concretas que

desarrollen los Estados Miembros. Como consecuencia de ello, la Comisión anunció el 2 de julio de 2009 la propuesta de un nuevo “instrumento de microfinanciación” para toda la Unión Europea para conseguir el objetivo de difundir la microfinanciación, en particular entre los grupos de riesgo, y apoyar el desarrollo del espíritu empresarial, la economía social, y las microfinanzas.

El Comité Económico y Social Europeo, en su Dictamen de 1 de octubre de 2009 sobre la “Propuesta de Decisión del Parlamento Europeo y del Comité por la que se establece un instrumento europeo de microfinanciación para el empleo y la inclusión social (Instrumento de Microfinanciación Progress)”⁸ mencionaba la importancia del microcrédito como instrumento de financiación de las entidades de economía social.

En concreto, en el citado Dictamen se destacaba que: «Contar con instrumentos adecuados para las empresas es condición esencial para el crecimiento económico. Lo mismo puede decirse de las microempresas del sector de la economía social. Por ello cabe acoger favorablemente el desarrollo de los microcréditos, dado que pueden ser un nuevo modo de fomentar el espíritu empresarial y de crear nuevos puestos de trabajo en microempresas». Pero se reconocía que la concesión de microcréditos a microempresas del sector de la economía social resulta, si se compara con la concesión de créditos convencionales, más compleja y onerosa. Ese sobrecoste podría, sin embargo, reducirse mediante el desarrollo de una oferta de servicios normalizada y automatizada, una mejor mercadotecnia y, en general, mediante una profesionalización de los servicios y la concesión de garantías y cofinanciación.

A la vista de este Dictamen y del Dictamen del Comité de la Regiones sobre el tema, de 7 de octubre de 2009, el Parlamento Europeo adoptaba el 25 de febrero de este año 2010 la Decisión por la que se establece este nuevo “Instrumento de Microfinanciación para el Empleo y la Inclusión Social Progress” (en adelante denominaremos Instrumento Progress).

B) Objetivos y beneficiarios del nuevo instrumento

El Instrumento Progress, que ha entrado en funcionamiento en junio de este año 2010, proporcionará recursos de la Unión Europea a fin de aumentar el acceso a la

⁸ COM(2009) 333 FINAL-2009/0096 (COD)

microfinanciación para una serie de grupos específicos, entre los que se encuentran las microempresas y, dentro de estas de forma especial las de la economía social (artículo 2.b)⁹. Facilitará, pues, a la microempresa de economía social el acceso al crédito dentro del actual contexto de contracción crediticia.

C) Acciones subvencionables a través de dicho Instrumento

El Instrumento se llevará a la práctica a través de los siguientes tipos de acciones: a) Garantías e instrumentos de riesgo compartido; b) Instrumentos de patrimonio; c) Títulos de crédito; d) Medidas de apoyo, concretamente actividades de comunicación, supervisión, control, auditoria y evaluación directamente necesarias para la puesta en práctica eficaz y eficiente de los objetivos señalados en la citada Decisión.

La microfinanciación abarcará por tanto no sólo el microcrédito, sino también las garantías e instrumentos de riesgo compartido, instrumentos de patrimonio, como el capital y el cuasicapital concedidos a personas y microempresas que son beneficiarias de la citada Decisión, entre ellas las de economía social.

La citada Decisión define los microcréditos como «prestamos inferiores a 25.000 euros». Y por microempresas deben entenderse «aquellas empresas que emplean a menos de diez personas, incluidos los trabajadores por cuenta propia, y cuyo volumen de negocios anual y/o cuyo balance general anual no supera los dos millones de euros».

A efectos de la citada Decisión, y en consonancia con las disposiciones nacionales, se entiende por microempresa de la economía social «aquella que produce bienes y servicios con una misión clara o presta servicios sin fines lucrativos a miembros de la comunidad. Como podemos observar esta definición coincide con lo definido por la legislación española, destacando como tales a las cooperativas, sociedades laborales, fundaciones o entidades sin ánimo de lucro.

⁹ Se hace referencia también a otros grupos, como son las personas que han perdido o se encuentran en riesgo de perder su puesto de trabajo o que encuentran dificultades para acceder o reincorporarse al mercado laboral, y en general las personas que corren riesgo de exclusión social y que tienen una posición de desventaja en lo relativo al acceso al mercado crediticio convencional.

D) Importe

El importe del presupuesto inicialmente dotado para el Instrumento es de cien millones de euros, si bien se espera movilizar créditos por valor de quinientos millones de euros en cooperación con instituciones financieras internacionales, como el Banco Europeo de Inversión.

5. EL PAPEL QUE LAS COOPERATIVAS DE CREDITO Y LAS SECCIONES DE CRÉDITO DE LAS COOPERATIVAS PUEDEN TENER EN LA PROMOCIÓN DE ESTE NUEVO INSTRUMENTO

Como hemos visto a lo largo de este estudio, en la situación de crisis actual las entidades bancarias no cubren —o al menos no lo hacen adecuadamente— las necesidades de financiación de un sector como es el de la economía social, integrado básicamente por pequeñas y medianas empresas. En aquellos casos en que ofrecen financiación, lo hacen en unas condiciones inadecuadas para este tipo de clientes, bien por sus elevados costes financieros o por la exigencia de una serie de avales y garantías que estas empresas no poseen.

Esta situación, que por otra parte no es nueva, ya venía produciéndose en el ámbito del cooperativismo, y en especial en el ámbito de las cooperativas agrarias, lo que hizo necesario articular dicha financiación a través de un conjunto de entidades agrupadas en el denominado crédito cooperativo.

El crédito cooperativo español está constituido por tres tipos de entidades diferentes, según su ámbito de aplicación: las cajas rurales, las cooperativas de crédito profesionales y populares y las secciones de crédito de las cooperativas (SANCHÍS PALACIO, 1997)¹⁰.

Las cajas rurales o cooperativas de crédito agrarias, que tienen un ámbito de actuación que se centra al área local rural, financian sectores fundamentales como son el agrícola, el forestal, el ganadero y el pesquero, en concreto aquellas empresas suministradoras, transformadoras y comercializadoras de los productos generados en tales sectores y, en general, todo tipo de operaciones tendentes a la mejora de las condiciones de vida del medio

¹⁰ Véase J.R. SANCHÍS PALACIO, *El crédito Cooperativo en España*, CIRIEC, Valencia 1997.

rural. Atendiendo al ámbito geográfico en el que actúan se puede distinguir entre cajas rurales locales, las comarcales y las provinciales (SANCHÍS PALACIO y SORIANO HERNÁNDEZ, 1999:205-206)¹¹.

Por su parte, las cooperativas de crédito, cuyo ámbito de actuación se extiende al mundo no rural, también operan como un importante instrumento de financiación, presentando dos modalidades: las cajas profesionales, que con un carácter gremial agrupan a distintas profesiones y oficios así como a las cooperativas que ellos mismos puedan formar, y las cajas populares, que agrupan cooperativas de todas las ramas y a los socios de éstas.

Las secciones de crédito operan dentro de una cooperativa. Generalmente se constituyen dentro de cooperativas de carácter agrícola y se dirigen fundamentalmente a servir a la financiación de la propia cooperativa y de sus socios¹². Las secciones de crédito constituyen una de las opciones que tienen las cooperativas agrarias para cubrir sus necesidades financieras, y representan la opción de internalización del servicio financiero, frente a la opción de externalización del servicio acudiendo a convenios con cajas rurales.

A la hora de conceder financiación, las entidades que integran el crédito cooperativo ejercen la misma prudencia con las empresas de economía social que con cualquier otro tipo de empresa. Así, el primer criterio a tener en cuenta es el puramente económico y cuantitativo, dirigido a conocer y sopesar la capacidad de los interesados para hacer frente a esa financiación. Ahora bien, el mayor conocimiento del terreno y la cercanía con los clientes —debido al arraigo de dichas entidades de crédito a la zona en que están ubicadas—, hace que junto a ese criterio cuantitativo se una uno más subjetivo y personal que permita a las entidades de economía social, y según cada caso, tener un mayor acceso al crédito.

Todas estas entidades proporcionan financiación a través de los tradicionales instrumentos crediticios del sector bancario (créditos, préstamos personales, préstamos por anticipo de cosecha, domiciliación de recibos, transferencias...). Ahora bien, todas ellas, y

¹¹ Véase J.R. SANCHÍS PALACIO y J.F. SORIANO HERNÁNDEZ, «Análisis empresarial y situación actual de las secciones de crédito de las cooperativas agrarias de la Comunidad Valenciana», en *Revista Valenciana D'Estudis Autonòmics*, nº 26, primer trimestre 1999, pág. 205 y 206.

¹² La relación entre secciones de crédito y cajas rurales es en numerosas ocasiones estrecha por el hecho de que se dedican a la financiación de un mismo sector, el del pequeño y mediano agricultor

especialmente las cooperativas de crédito que funcionan bajo los principios de la Responsabilidad Social Corporativa, han demostrado que pueden ofrecer servicios de microfinanciación de manera sostenible a comunidades que, si bien se podrían considerar “de bajos ingresos” desarrollan actividades y presentan proyectos de gran potencial económico y social. Establecidas y arraigadas en las comunidades rurales y locales y gestionadas y dirigidas por gente de la zona, estas cooperativas de crédito pueden aprovechar el capital social en situaciones en que el capital financiero es muy escaso. Es muy destacable el papel desempeñado por las cooperativas de crédito en la facilitación de microcréditos a personas de escasos recursos y a grupos que sufren riesgo de exclusión social como son los inmigrantes y particularmente a las mujeres.

Las instituciones que gestionan las microfinanzas cooperativamente hacen posible que personas con pocos medios financieros pero con grandes ideas puedan unir sus recursos de forma que puedan ser utilizados en inversiones productivas y se aumente el empleo compatible con un futuro sostenible. El control social y el estilo de gestión democrática propio de las cooperativas garantiza los ahorros y el reembolso de los préstamos. Las cooperativas ofrecen a hombres y a mujeres soluciones financieras coherentes y apropiadas, que les permiten trabajar colectivamente con el fin de crear empresas estables que mejoren tanto sus niveles de vida como los de las zonas y los países en que se integran.

Por todas estas razones, las secciones de crédito de las cooperativas y las cooperativas de crédito pueden desempeñar una labor muy importante como instrumentos de canalización de estos microcréditos. Las mismas incorporan principios propios de la responsabilidad social que las hacen muy adecuadas para aplicar principios de préstamo responsable y, por tanto, evitarán el endeudamiento excesivo de personas y empresas.

Pero la labor de las secciones de crédito y de las cooperativas no puede ni debe quedar limitada a ser un mero proveedor de estos microcréditos. Para que el microcrédito sea efectivo debe ir acompañado de un servicio adicional al cliente, que no es propiamente bancario. Así, por ejemplo, la elaboración y estudio de la viabilidad del proyecto a financiar,

servicios que podrían ser prestados por este tipo de entidades (BAHÍA ALMANSA:2008)¹³. Tengamos en cuenta que los principales obstáculos para la creación y el desarrollo de una microempresa de economía social son, además de las dificultades para acceder al crédito, la inseguridad en la transición desde el desempleo o las prestaciones sociales al empleo por cuenta propia, bien individualmente bien a través de la participación como miembro de una entidad de economía social. En este sentido, la regulación del Instrumento de Microfinanciación Progress puede servir de apoyo a las estructuras sociales (ayuntamientos, ONG's, organismos no lucrativos de acción social...) que asisten y acompañan a esas personas para lograr su reinserción laboral y social y les ayudan a adquirir las competencias mínimas necesarias para comprometerse de forma sostenible en un proyecto empresarial.

6. CONCLUSIONES

Que no son momentos fáciles para el crédito no es descubrir nada nuevo, pero es la realidad que se encuentran las empresas en general y también, y es lo que puede resultar más preocupante, los estados.

Es un hecho que las entidades de economía social —y en especial las cooperativas— presentan en el momento actual muchas dificultades para obtener recursos con los que financiar tanto sus operaciones corrientes como sus operaciones de capital.

Juntamente con las dificultades generales, nos encontramos para las entidades objeto de nuestro estudio con lo que podríamos denominar “dificultades particulares”. Así, por un lado, la calificación contable como recursos ajenos de las aportaciones de los socios al capital puede provocar efectos muy negativos, como el deterioro de la imagen económica y financiera de la entidad frente a terceros, ya que al incrementarse los niveles de endeudamiento y de insolvencia, se dificultará en la misma medida el acceso al crédito en el mercado.

Por otro lado, en relación con los fondos de financiación ajenos, estas entidades se encuentran con la dificultad añadida de presentar en la mayoría de los casos una estructura

¹³ Véase B. BAHÍA ALMANSA, «El microcrédito como instrumento al servicio de la responsabilidad social corporativa en el ámbito de las cooperativas de crédito», en *Actas 27 Congreso Internacional CIRIEC*, Sevilla, 2008

financiera basada fundamentalmente en recursos con plazos de devolución a corto plazo, cuya concesión por las entidades financieras se encuentra muy restringida en una situación de crisis como la actual.

Aunque las entidades de economía social puedan acudir a otras vías para obtener recursos, como subvenciones públicas a la inversión o al empleo o medidas fiscales de apoyo al sector, este no es el mecanismo más adecuado, dado el carácter coyuntural de las mismas y su dependencia del poder político y administrativo. Contar con instrumentos financieros adecuados para estas las empresas es condición esencial para un crecimiento económico sostenido que se asiente sobre bases sólidas que nos hagan vadear la coyuntura actual.

Es por todo esto por lo que cabe acoger favorablemente la implantación de un nuevo instrumento financiero que ha entrado en funcionamiento en fechas muy recientes y que se ha venido a denominar “Instrumento de Microfinanciación Progress” aprobado por el Parlamento europeo y destinado específicamente a empresas del sector de la economía social y a grupos desfavorecidos que sufren riesgo de exclusión financiera.

La puesta en marcha de estos microcréditos precisa de una estructura organizativa que permita procesar de manera normalizada un elevado número de solicitudes, y esa estructura puede ser prestada por las cooperativas de crédito. Además, las entidades de crédito cooperativo que funcionen bajo los principios de la Responsabilidad Social Corporativa tendrán una ventaja competitiva a la estrecha conexión que ya mantienen con el ámbito local o rural en que las mismas despliegan sus actividad.

Es por ello que las cooperativas de crédito y las secciones de crédito de las cooperativas se presentan como las organizaciones más adecuadas para cumplir esta función de gestión del instrumento de microfinanciación Progress. Si la gestión del Instrumento es eficiente, constituirá sin duda un valioso balón de oxígeno a la maltrecha situación financiera de muchas empresas del ámbito cooperativo.

BIBLIOGRAFÍA

- ALFONSO SÁNCHEZ, R.: «La legislación española sobre cooperativas y sociedades laborales: ¿una respuesta adecuada a las necesidades del sector? en *CIRIEC-España, Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, nº 20, 2009
- ANG, J.S.: «Small Business Uniqueness and the theory of financial Management», *Journal of Small Business Finance*, vol. 1. nº.1,1 991, págs. 1 al 12
- BAHÍA ALMANSA, B.: «El microcrédito como instrumento al servicio de la responsabilidad social corporativa en el ámbito de las cooperativas de crédito», en *Actas 27 Congreso Internacional CIRIEC*, Sevilla, 2008
- BOEDO, L. y CALVO, A.R.: «Un modelo de síntesis de los factores que determinan la estructura de capital óptima de las PYMES», en *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, vol.6 nº 1,1997,págs 107 a 124;
- COSH, A.D y HUGHES, A: «Size financial structure and profitability», en HUGHES, A. y STOREY, D.J. (eds.): *Finance and the Small firm*, Routledge, London, 1994
- ESTRADA, A y VALLÉS, J.: «Investment and Financial Structure in Spanish Manufacturing Firms», *Investigaciones económicas*, vol. 22, nº 3, 1998, págs. 337 a 359;
- GADEA, E., SACRISTAN, F. y VARGAS VASSEROT, C.: *Régimen jurídico de la Sociedad Cooperativa del siglo XXI. Realidad actual y propuestas de reforma*, Dykinson, 2009
- GIBSON, B.: «Financial Informacion for Decision-Making: An alternative Small firm Perspective», *Journal of Small Business Finance*, vol. 1, nº 3, 1992, págs 221 a 232
- HAMILTON, R.T. y FOX, M.A.: «The financing preferences of small firm owners», *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol.4, nº. 3, 1998, págs. 239 a 248
- LÓPEZ, J., RIAÑO, V. y ROMERO, M.: «Restricciones financieras y crecimiento: el caso de la pequeña y mediana empresa», en *Revista española de Financiación y Contabilidad*, vol. 28, nº 99, 1999, págs. 349 a 382
- MAROTO ACÍN, J.A: «Estructura financiera y crecimiento de las pymes», *Economía Industrial*, nº. 310, 1996, págs. 29 a 40
- MARTÍN LÓPEZ, S., GARCIA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. y LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G.: «Las dificultades de financiación de las empresas de participación ante la crisis económica: la creación de una entidad financiera de crédito como alternativa», en

REVESCO nº 100-Extraordinario, Monográfico: la respuesta de la Economía Social ante una crisis global, 2010

OCAÑA, C., SALAS, V. y VALLÉS, J.: «Un análisis empírico de la financiación de la pequeña y mediana empresa manufacturera española:1983-1989», *Moneda y Crédito*, nº. 199, 1994, págs. 57 a 96

PERES MONTEVERDE, M.V.: «La política financiera de las Pymes. La influencia del incentivo fiscal de la reserva para inversiones», en *Revista de Contabilidad y Tributación*, nº 328, julio 2010, pág. 91 a 124

REID, G.: *Small business enterprise: an economic analysis*, Routledge, London, 1993

S. DE MIRANDA, J. E.: *La financiación de las sociedades cooperativas: un análisis de la ley española y de Euskadi, de cooperativas*, en <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?>, 2004

SANCHÍS PALACIO, J. R y SORIANO HERNÁNDEZ, J.F: «Análisis empresarial y situación actual de las secciones de crédito de las cooperativas agrarias de la Comunidad Valenciana», en *Revista Valenciana D`Estudis Autonomics*, nº 26, primer trimestre 1999

SANCHÍS PALACIO, J. R: *El crédito Cooperativo en España*, CIRIEC España, Valencia 1997

STOREY, D.: *Understanding the small firm sector*, Routledge, London, 1994.

**CONSIDERACIONES EN TORNO AL POSIBLE CARÁCTER
MERCANTIL DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS Y
ACERCA DE LAS LIMITACIONES A LA REALIZACIÓN DE
OPERACIONES CON TERCEROS NO SOCIOS DE ESTAS
ENTIDADES**

POR

Lluís CARRERAS ROIG¹

RESUMEN

En este trabajo se hace referencia a la posible consideración de las sociedades cooperativas como sociedades mercantiles, cumpliéndose determinadas circunstancias, y ello sin pérdida de sus características específicas en cuanto a la toma de decisiones, el reparto de beneficios y la búsqueda de la satisfacción de fines de interés general.

Asimismo, se analizan las consecuencias de aumentar el porcentaje de operaciones realizadas con terceros no socios, respecto del total de operaciones realizadas por la sociedad cooperativa, y su incidencia en la cuantía de los fondos de la cooperativa y en la retribución del socio cooperativista. Se realiza en este punto una comparación con las sociedades capitalistas convencionales (S.A., S.L.).

Finalmente, se propone una reforma legislativa al objeto de permitir aumentar el porcentaje de realización de operaciones cooperativizadas con terceros no socios, y ello sin pérdida de su tratamiento fiscal favorable.

¹ Universitat Rovira i Virgili (Tarragona). Dirección de correo electrónico: lluis.carreras@urv.net

Palabras clave: Cooperativas, mercantilidad, mutualismo, operaciones con terceros, régimen fiscal, reformas legislativas.

Claves ECONLIT: P130, Q130, L310.

COOPERATIVES: LE COMERCE ET LES TRANSACTIONS AVEC LES TIERS. UN COMMENTAIRE

RÉSUMÉ

Le présent document se réfère à la prise en considération éventuelle des sociétés coopératives comme sociétés commerciales, répondant à certaines conditions et sans perte de ses caractéristiques spécifiques en termes de prise de décision, le partage des avantages et la recherche de la satisfaction d'intérêt général.

Nous analysons également l'effet d'augmenter le pourcentage de transactions avec des tiers à l'égard de toutes les transactions effectuées par la coopérative, et son impact sur le montant des fonds de la coopérative et la rémunération des membres de la coopérative. Se fait à ce point la comparaison avec les sociétés capitalistes classiques (S.A., S.L.).

Enfin, nous proposons une réforme législative afin de permettre une augmentation du pourcentage de réalisation des transactions avec des tiers dans les coopératives, et sans perte de leur traitement fiscal favorable.

COOPERATIVES: COMMERCIAL AND TRANSACTIONS WITH THIRD PARTIES. A COMMENTARY

ABSTRACT

This paper refers to the possible consideration of cooperative societies as a commercial companies, fulfilling certain circumstances and without loss of its specific characteristics in terms of decision-making, benefit sharing and the search for satisfaction general interest.

We also analyze the effect of increasing the percentage of transactions with third parties in respect of all transactions undertaken by the cooperative, and its impact on the amount of the funds of the cooperative and the pay of a collaborator. Is done at this point a comparison with conventional capitalist societies (S.A, S.L.).

Finally, we propose a legislative reform in order to allow and increase in the percentage of completion of transactions with third parties in cooperatives, and without loss of favourable tax treatment.

Keywords: cooperatives, commercial, mutualism, transactions with third parties, tax law, legal reforms.

1. INTRODUCCIÓN

Como sabemos, la Exposición de Motivos del Código de Comercio de 1885 afirma tajantemente que no atribuye carácter mercantil a las cooperativas ni por su naturaleza ni por la índole de sus operaciones “porque obedecen, ante todo, a la tendencia manifestada en las poblaciones fabriles de nuestro país, y principalmente en las de Alemania, Inglaterra y Francia, de asociarse los obreros con el único objeto de mejorar la condición de cada uno, facilitándoles los medios de trabajar, de dar salida a sus productos o de obtener con baratura los artículos necesarios para su subsistencia. Y como no es el afán de lucro el que impulsa lo que se ha dado en llamar *movimiento cooperativo*, no pueden tampoco reputarse como mercantiles estas sociedades, mientras no resulte claramente de sus estatutos o del ejercicio habitual de algunos actos de comercio que merecen aquella denominación.”

El obstáculo fundamental para la consideración de la cooperativa como sociedad mercantil estriba en el ánimo de lucro, requisito tradicionalmente ligado a las sociedades y extraño o pretendidamente incompatible con las sociedades cooperativas.

Como señalan Morillas y Feliú (2002), el lucro no está conceptualmente reñido con las cooperativas como no lo está con ningún operador económico, con nadie que actúe en el mercado.

El pretendido carácter no lucrativo de la cooperativa y la definición de esta sociedad sobre la base de su inexistencia como requisito esencial, han sido eliminados en la práctica y sustituidos en la formulación legal por una regulación de las cooperativas no lucrativas como clase o tipo especial.² Ha desaparecido la prohibición para las cooperativas de perseguir o tener una finalidad lucrativa.

Para Bel (1997) se consideran mercantiles, según el artículo 116 del Código de Comercio las sociedades que hayan adoptado una de las formas previstas por el mismo y por las leyes especiales; entre las que se encuentran las sociedades colectivas, las comanditarias, las de responsabilidad limitada y las sociedades anónimas; estas sociedades deben inscribirse en el Registro Mercantil y son las que por regla general se consideran mercantiles.

También prevé el Código de Comercio que “Las Compañías mutuas de seguros contra incendios, de combinaciones tontinas sobre la vida para auxilios a la vejez, y de cualquiera otra clase, y las cooperativas de producción, de crédito o de consumo, sólo se considerarán mercantiles, y quedarán sujetas a las disposiciones de este Código, cuando se dedicaren a actos de comercio extraños a la mutualidad o se convirtieren en sociedades a prima fija”.³ Por tanto, la mercantilidad de las sociedades cooperativas está prevista en el propio Código de Comercio.

Además, la mercantilidad se consolida en la LC que reconoce en su artículo primero que desarrollan actividades empresariales, que pueden realizar actividades y servicios cooperativizados con terceros no socios⁴ y que, en caso de insolvencia, se someten a la legislación sobre concurso de acreedores.⁵

Es por ello que las cooperativas serían un tipo de sociedad especial en los términos del Código de Comercio, en cuanto que no es necesaria su inscripción en el Registro Mercantil, sino en un Registro de Cooperativas.⁶

² Art. 57.5 y Disposición Adicional Primera Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas (en adelante LC).

³ Art. 124 Código de Comercio.

⁴ Art. 4 LC.

⁵ Ley 22/2003, de 9 de julio, Concursal.

⁶ Art. 7, LC.

La doctrina mayoritaria califica a la cooperativa como sociedad mercantil, si bien hay opiniones contrarias a esta consideración. El Tribunal Supremo, en la Sentencia de 1 de febrero de 1992, apoya su calificación como no mercantil de la cooperativa en el hecho de que “la Constitución otorgó a las Comunidades Autónomas la competencia sobre Cooperativas, lo que nunca habría podido hacer si se tratase de entidades mercantiles, al tener el Estado la competencia exclusiva sobre la legislación mercantil, según establece el artículo 149.1.6ª de la Constitución”.

Coincidimos con Morillas y Feliú(2002) en considerar que la cooperativa es una sociedad mercantil especial. En opinión de Llobregat (1999), “por la vía del artículo 58.3 LC, que permite el reparto de una parte de los beneficios extracooperativos disponibles, se ha producido la introducción en la cooperativa del “ánimo de lucro” que caracteriza a las sociedades mercantiles; en consecuencia, aunque siga formando parte de los tipos societarios que integran el catálogo de la economía social, al igual que sucede con las sociedades laborales y, por su naturaleza mercantil, deberían suprimirse todas las leyes autonómicas por inconstitucionales”.

2. LA SOCIEDAD COOPERATIVA COMO SOCIEDAD MERCANTIL

Particularmente interesante nos parece la opinión de Llobregat, de tal forma que la introducción en la cooperativa del “ánimo de lucro” ya permite calificar de mercantiles a las sociedades cooperativas, así como la de Ballester (1990).

Para Ballester, la polémica sobre si la cooperativa es o no una sociedad mercantil debe resolverse en el siguiente sentido: será mercantil cuando tenga un objeto comercial o industrial (lo que se presume por la repetición de actos de comercio). El requisito de forma, aunque no se cumpla siempre en los términos literales del Código de Comercio, se cumple también esencialmente cuando las cooperativas se inscriben (como en el caso de España) en un registro análogo por sus efectos al Registro Mercantil.

Para este autor, “la idea de incluir a las cooperativas entre las sociedades mercantiles ha tropezado con una constante oposición por parte de corrientes doctrinales más o menos

ligadas al cooperativismo. Estas corrientes han venido defendiendo la tesis de que no todas las empresas persiguen el lucro; las cooperativas y las empresas públicas pertenecerían al ámbito de las empresas no lucrativas. Las cooperativas no serían sociedades mercantiles si lo mercantil y lo lucrativo se equiparan de alguna manera. Ahora bien, la palabra “lucro”, como tecnicismo, designa simplemente el beneficio empresarial, prescindiendo del tipo de mercado en que se genera (competencia perfecta o imperfecta, oligopolio, monopolio, etc.) y de la estrategia que en una u otra ocasión siga el empresario (maximización del beneficio, minimización del riesgo, expansión de la firma, etc.). Una sociedad es mercantil cuando obtiene excedentes ordinarios (beneficios empresariales) como consecuencia de operaciones comerciales o financieras con terceros (en el mercado). De aquí que haya que mirar con reserva el carácter no mercantil de las cooperativas. La teoría del carácter no mercantil tiene escaso fundamento si la cooperativa opera con terceros, y de hecho opera así con regularidad. Cuando existe una prohibición legal en la materia [...], esa prohibición se refiere sólo a un área en particular (las operaciones cooperativizadas), que varía según la clase de cooperativas.

Para Morillas y Feliú (2002), la aproximación del régimen de la cooperativa al de las sociedades mercantiles es tan clara, que una de las razones que ha impulsado la reforma del régimen general de la cooperativa es, según reconoce la Exposición de Motivos de la LC, incorporar en el texto de la Ley una serie de cambios experimentados desde 1989 en el Derecho de sociedades, en buena medida impulsados por las Directivas, que el texto adapta a las instituciones cooperativas, entre los que destaca la posibilidad de mutaciones heterogéneas (transformación en sociedades de capital, fusión con sociedades de capital).

En este sentido, Buendía (1999) se pronuncia a favor del carácter mercantil de la cooperativa, que a su juicio queda ratificado por la promulgación de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada,⁷ “que facilita la transformación de una sociedad mercantil, la sociedad de responsabilidad limitada, en una cooperativa y viceversa”.

Font Galán, J.L., al prologar la obra de Paniagua (1997), señala cómo éste “desenmascara y desmonta, una tras otra, estas cuatro “farsas” dogmáticas deformadoras del instituto cooperativo que el capitalismo jurídico dominante –con inconfesable propósito de domeñarlo política y económicamente– ha presentado como condiciones o bases de

⁷ Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada

legitimación jurídica del fenómeno empresarial cooperativo, y que, en verdad, no son otra cosa que cuatro clamorosas exclusiones que atan de manos a la empresa cooperativa enfermándola de raquitismo económico: exclusión del mercado, exclusión del lucro, exclusión societaria y exclusión mercantil. La empresa cooperativa queda así condenada a una especie de *apartheid* económico y jurídico-mercantil, convirtiéndose de hecho y de derecho en un “excluido societario-mercantil” del sistema económico de mercado”.

Como ya hemos anteriormente, el Código de Comercio establece que “Las compañías mutuas de seguros contra incendios (...) y las cooperativas de producción, de crédito o de consumo, sólo se considerarán mercantiles, y quedarán sujetas a las disposiciones de este Código, cuando se dedicaren a actos de comercio extraños a la mutualidad...”.

De manera que, aunque todas son mutuas por tratar de satisfacer los intereses de sus socios, pero se dedican a desarrollar procesos de producción y distribución para colocar los productos (bienes o servicios) en el mercado, todas ellas son mercantiles y les es de aplicación lo establecido en este Código.

Según este precepto, cuando una sociedad cooperativa opera con terceros no socios se convierte en sociedad mercantil, “pero se admite pacíficamente por el legislador que pueda operar con terceros no socios y conservar su estatuto no mercantil, mientras que los beneficios de esas operaciones no se repartan entre los socios...” (Fajardo, 1996).

Es decir, el legislador ha consentido que realicen operaciones con terceros, manteniendo su tratamiento fiscal favorable, siempre que esas operaciones constituyan una excepción, se separen contablemente los resultados de esas operaciones y no se distribuyan entre los socios.

Así, con base en esa norma, cuando la legislación cooperativa permita la distribución de parte del resultado obtenido por operaciones con terceros, se está ante una figura societaria de carácter mercantil (García-Gutiérrez, 1998). Y esto lo permite la Ley 27/1999.⁸

⁸ Recordemos que la Ley estatal de cooperativas de 1987 no permitía repartir los resultados de las operaciones cooperativizadas con terceros no socios entre los socios de la cooperativa.

De forma que el legislador ha permitido que las sociedades cooperativas puedan configurarse como sociedades lucrativas o como sociedades no lucrativas y, consecuentemente, se puede cuestionar a estas alturas la inconstitucionalidad de las leyes autonómicas por tratarse de legislación mercantil reservada al Estado en el artículo 149 de nuestra Constitución (Llobregat, 1999).

Por lo tanto, introducir el ánimo de lucro en las cooperativas, al distribuirse entre los socios los excedentes no generados por la participación de los mismos en lo que constituya el objeto social de la cooperativa, nos lleva a considerar que estamos ante una cooperativa mixta, con una doble causa lucrativa y mutualística (Llobregat, 1999).

En conclusión podemos afirmar que la Ley 27/1999 consagra un tipo de cooperativa con una doble causa, “mutualística” y “lucrativa”. Esta afirmación se pone de manifiesto, por un lado, en la posibilidad de distribuir resultados entre los socios, generados por la actividad cooperativizada con terceros y, por otra parte, en el contenido de la Disposición Adicional Primera de la LC. Así, bajo el título “Calificación como entidades sin ánimo de lucro” señala que podrán ser consideradas Sociedades Cooperativas sin ánimo de lucro las que gestionen servicios de interés colectivo o de titularidad pública, así como las que realicen actividades económicas que conduzcan a la integración laboral de las personas que sufran cualquier clase de exclusión social y en sus estatutos recojan expresamente determinados requisitos:⁹

De esta forma, la Ley 27/1999 establece un Estatuto específico para las cooperativas de iniciativa social no lucrativas.¹⁰ Es lógico pensar por tanto, que las demás serán, cuando menos, “algo lucrativas”(Pastor, 1999). Esto reafirma nuestra convicción de que las restantes cooperativas son sociedades mercantiles, si bien difieren de las sociedades mercantiles convencionales en varios aspectos: la toma de decisiones y la forma de repartir los beneficios, así como por el hecho de atender fines de interés general.

Asimismo, este principio de mutualidad viene quedando progresivamente comprometido tanto a nivel estatal como autonómico a la vista de las sucesivas reformas legales que, con objeto de consolidar empresarialmente a las cooperativas en el mercado,

⁹ Disposición Adicional 1ª LC.

¹⁰ Art. 106 LC.

tienden a ampliar las posibilidades legales de la actuación con terceros no socios específicas de cada tipo de cooperativas (Vargas y Aguilar, 2004).

En este sentido, estamos de acuerdo con los profesores Vargas y Aguilar cuando afirman que, en relación con las cooperativas, se debe tomar un concepto amplio del término mutuo, en el sentido de que la actividad social se orienta necesariamente hacia sus socios, pero no con carácter exclusivo.

Particularmente significativo en este sentido nos parece, que las recientemente publicadas “Normas sobre los aspectos contables de las sociedades cooperativas”¹¹, en el apartado I, punto 2, de la INTRODUCCIÓN, expresamente señala que “A la hora de abordar los aspectos contables de las sociedades cooperativas, ha sido decisivo considerar su naturaleza de sociedades mercantiles, de acuerdo con lo previsto en el Código de Comercio, pero, a diferencia de las sociedades capitalistas, de base mutualista, lo que también se ha venido a denominar “sociedades de personas””.

3. LA SOCIEDAD COOPERATIVA Y LA REALIZACIÓN DE OPERACIONES CON TERCEROS

En relación con la posibilidad de que la sociedad cooperativa pueda realizar operaciones con terceros no socios, hemos de tener en cuenta, como marco general, que ninguna cooperativa, cualquiera que sea su clase, podrá realizar un volumen de operaciones con terceros no socios superior al 50 por 100 del total de las de la cooperativa sin perder la condición de cooperativa fiscalmente protegida.¹² Este límite nos parece excesivo.

Asimismo, y con relación a esta cuestión, queremos hacer referencia al hecho de que, para el caso de las cooperativas de Consumidores y Usuarios, se establece la posibilidad de que no sea de aplicación el límite indicado en el párrafo anterior para las cooperativas que tengan un mínimo de 30 socios de trabajo y, al menos, 50 socios de consumo por cada socio

¹¹ Orden EHA/3360/2010, de 21 de diciembre, por la que se aprueban las normas sobre los aspectos contables de las sociedades cooperativas.

¹² Art. 13.10 Ley 20/1990, de 19 de diciembre, sobre Régimen Fiscal de las Cooperativas(en adelante, LRFC).

de trabajo, cumpliendo respecto de éstos con lo establecido en el artículo 8.3.¹³ Ahora se observa un tratamiento muy favorable a este tipo de cooperativas pero, a nuestro parecer, claramente discriminatorio con respecto a las restantes.

Con referencia a las limitaciones que en la legislación se establecen para la realización de operaciones con terceros no socios, abogamos decididamente por su reducción. Y ello por diversas razones.

En primer lugar, por la ausencia de un principio mutualista entre los principios cooperativos proclamados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI)(Llobregat, 1999).

En segundo lugar, por la necesidad de consolidar empresarialmente a la cooperativa. En este sentido, estamos totalmente de acuerdo con Pastor en el sentido de que el escenario económico se ha transformado profundamente. Se habla de mundialización, globalización, libre comercio, etc. En esta nueva realidad, los niveles de competencia, debido a la convergencia de una serie de factores, se han incrementado espectacularmente.

La supervivencia de la sociedad cooperativa, en este medio, pasa por su necesaria apertura al mercado, no por mera degeneración especulativa, sino por el fin legítimo de seguir siendo el instrumento de resistencia de la sociedad civil ante el reto de la competencia global.

Por todo ello, el legislador, consciente de estos desafíos socio-económicos, se ha esforzado en dotar a la sociedad cooperativa en esta nueva Ley (LC) con una batería de instrumentos legales que, si se hace uso de ellos, permiten a ésta abrirse al mercado y desde éste competir con las empresas capitalistas convencionales, pero, y esto es importante destacarlo, bajo parámetros de democracia, igualdad y solidaridad, sin que ello redunde en una pérdida de identidad, cuestión que siempre surge cuando una institución evoluciona(Pastor, 1999).

Opinamos que deben reducirse en lo posible las restricciones a la libre realización de operaciones con terceros no socios, en aras de su fortalecimiento empresarial, y sin que ello conlleve la pérdida de la consideración de la cooperativa como fiscalmente protegida.

¹³ Art. 12.4 LRFC.

Sugerimos una reforma de la Ley de Régimen Fiscal de las Cooperativas y de las leyes sustantivas, estatal y autonómicas, de las cooperativas, que apuesten decididamente por la apertura de las cooperativas mediante la reducción de las limitaciones a la realización de operaciones con terceros no socios, para todas las clases de cooperativas, y por una ampliación de las clases de cooperativas que pueden beneficiarse de la protección especial. Pensamos que el tiempo transcurrido desde la promulgación de la Ley de Régimen Fiscal de las Cooperativas y la necesidad de consolidar empresarialmente a las sociedades cooperativas son razones suficientes que justificarían a nuestro parecer tal revisión.

A continuación, presentamos diversos casos en los que se supone, para cada uno de ellos, diferente proporción de resultados cooperativos y de resultados extracooperativos respecto del total. Analizamos la diferencia entre la obtención de ese resultado total para el caso de una cooperativa y para el caso de una sociedad de capital convencional y analizamos las dotaciones a los fondos sociales, los importes a pagar por el Impuesto sobre Sociedades, el beneficio disponible, la tributación en Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas del socio y el dinero que finalmente recibe neto el cooperativista/socio de la sociedad de capital convencional.¹⁴

¹⁴ Los cuadros que siguen constituyen una adaptación del autor de los datos que figuran en las páginas 134-135 del artículo de Vargas y Aguilar referenciado en este trabajo, a la normativa fiscal vigente a partir de 1-01-2011.

Caso 1

ANALISIS HIPOTESIS DISTRIBUCION RESULTADOS COOPERATIVOS 75% Y
RESULTADOS EXTRACOOPERATIVOS 25%

	Sociedad Cooperativa	Sociedad capital. Convencional
Resultados	150 Rtado.Cooper.(RC):112,5 (75%) Rtado. Extra.(RE): 37,5 (25%)	150
Dotación Fondos Sociales	FEP: 5% RC = 5,625 FRO: 20% RC = 22,5 50% RE = 18,75 Total: 46,875	0
Rtados después de dotar Fondos	RC= 84,375 RE= <u>18.750</u> 103,125	150
IS	RC = 112,5 – (5,625 + 11,25 ¹⁵)= 95,625 0.20 X 95,625 = 19,125 RE = 37,5 – (9,375 ¹⁶) = 28,125 0,30x28,125= 8,437 A pagar 27,562	150 x 0,30 ¹⁷ = 45

¹⁵ 50% dotación del RC a FRO.

¹⁶ 50% dotación del RE a FRO.

¹⁷ Tipo de gravamen general.

Beneficio disponible	$103,125 - 27,562 = 75,563$	$150 - 45 = 105$
IRPF	$75,563 \times 0,19^{18} = 14,357$	$105 \times 0,19 = 19,95$
Dinero neto que percibe el socio/accionista	$75,563 - 14,357 = 61,206$	$105 - 19,95 = 85,05$

Caso 2

ANALISIS HIPOTESIS DISTRIBUCION RESULTADOS COOPERATIVOS 66,66% Y RESULTADOS EXTRACOOPERATIVOS 33,33%

	Sociedad cooperativa	Sociedad capital. Convencional
Resultados	150 Rtado Coop(RC): 99,99 (66,66%) Rtado Extrac.(RE): 49.995 (33,33%)	150
Dotación Fondos Sociales	FEP: 5% s/ RC = 4,999 FRO: 20% s/ RC = 19,99 50% s/ RE = 24,997 Total: 49,986	0
Rtados. después de dotar Fondos	RC = 75 RE = <u>24,998</u> 99,998	150
IS	$RC = \{99,99(4,999 + 9,995^{19})\} = 84,996$ $0,20 \times 84,996 = 16,999$	$150 \times 0,30 = 45$

¹⁸ Porcentaje de gravamen de la base imponible del ahorro hasta 6.000€. A partir de 6.000, el tipo de gravamen es del 21%(Art. 69 Ley 26/2009, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2010, que modifica el art. 66 de la Ley 35/2006). Hemos escogido el primer tipo impositivo por simplicidad.

¹⁹ 50% dotación del RC a FRO.

	$RE = \{49,99512,4985^{20}\} =$ $37,496$ $0,30 \times 37,496 = 11,248$ A pagar: 28,247	
Beneficio disponible	$99,998 - 28,247 = 71,751$	$150 - 45 = 105$
IRPF	$71,751 \times 0.19 = 13,633$	$105 \times 0.19 = 19,95$
Dinero neto que percibe el socio/accionista	$71,751 - 13,633 = 58,118$	$105 - 19,95 = 85,05$

Caso 3

ANALISIS HIPOTESIS DISTRIBUCION RESULTADOS COOPERATIVOS 50% Y
RESULTADOS EXTRACOOPERATIVOS 50%

	Sociedad cooperativa	Sociedad capital. convencional
Resultados	150 Rtado Cooper. (RC): 75 (50%) Rtado Extracoop (RE): 75 (50%)	150
Dotación Fondos Sociales	FEP: 5% RC = 3,75 FRO: 20% RC = 15 50% RE = 37,5 Total: 56,25	
Rtados después de dotar Fondos	RC: 56,25 RE: <u>37,50</u> 93,75	150
IS	$RC: \{75(3.75 + 7.5^{21})\} =$ 63,75	150 $150 \times 0.30 = 45$

²⁰ 50% dotación del RE a FRO.

²¹ 50% dotación del RC a FRO.

	$0,20 \times 63,75 = 12,75$ $RE: \{75 - 18,75^{22}\} = 56,25$ $0,30 \times 56,25 = 16,875$ A pagar IS: 29,625	
Beneficio disponible	$93,75 - 29,625 = 64,125$	$150 - 45 = 105$
IRPF	$64,125 \times 0,19 = 12,184$	$105 \times 0,19 = 19,95$
Dinero neto que percibe el socio/accionista	$64,125 - 12,184 = 51,941$	$105 - 19,95 = 85,05$

Caso 4

ANALISIS HIPOTESIS DISTRIBUCION RESULTADOS COOPERATIVOS 25% Y
RESULTADOS EXTRACOOPERATIVOS 75%

	Sociedad cooperativa	Sociedad capital. Convencional
Resultados	150 Rtado Cooper (RC): 37,5 (25%) Rtado Extraco (RE): 112,5 (75%)	150
Dotación Fondos Sociales	FEP: 5% = 1,875 FRO: 20% RC= 7,5 50% RE= 56,250 Total 65,625	0
Rtados después de dotar Fondos	RC: $\{37,5 - 1,875 - 7,5\} = 28,125$ RE: $\{112,5 - 56,25\} =$	150

²² 50% dotación del RE a FRO.

	56,25	
	84,375	
IS	$RC: \{37,5 - (1,875 + 3,75)\} = 31,875$ $0,20 \times 31,875 = 6,375$ $RE: \{112,5 - 28,125\} = 84,375$ $0,30 \times 84,375 = 25,312$ A pagar por IS: 31,687	$150 \times 0,30 = 45$
Beneficio disponible	$84,375 - 31,687 = 52,688$	$150 - 45 = 105$
IRPF	$52,688 \times 0,19 = 10,011$	$105 \times 0,19 = 19,95$
Dinero que percibe el socio/accionista	$52,688 - 10,011 = 42,677$	$105 - 19,95 = 85,05$

RESUMEN RESULTADOS

Sociedad cooperativa					Sociedad capitalista convencional
Hipótesis	RC:75% RE: 25%	RC:66,66% RE:33,33%	RC:50% RE:50%	RC:25% RE:75%	
Resultados	150	150	150	150	150
Dotación Fondos Sociales	46,875	49.986	56,25	65,625	0
Resultado después de dotar Fondos	103,125	99,998	93,75	84,375	150
Impuesto de Sociedades	27,562	28,247	29,625	31,687	$150 \times 0.30 = 45$
Beneficio disponible	75,563	71,751	64,125	52,688	$150 - 45 = 105$
IRPF	14,357	13,633	12,184	10,011	$105 \times 0,19 = 19,95$
Dinero percibido por el socio/accionista	61,206	58,118	51,941	42,677	$105 - 19,95 = 85,05$

(Suponemos que la sociedad capitalista convencional ya ha dotado en otro ejercicio anterior la reserva legal, de forma que ésta ya alcanza el 20% del capital social exigido por la legislación mercantil, de forma que ya no realiza nueva dotación en este ejercicio).

4. CONCLUSIONES

A partir de los resultados explicitados en este cuadro, vemos que cuanto mayor porcentaje representan las operaciones con terceros no socios respecto del total, el dinero neto percibido por el socio de la cooperativa va siendo cada vez menor. Por tanto, desde un punto de vista individual, al socio cooperativista no parecería interesarle abrir cada vez más la cooperativa a realizar operaciones con terceros no socios.

No obstante, desde una perspectiva más amplia, abogamos por la apertura, ya que ello hace a la cooperativa más fuerte y preparada para competir en un entorno global.

BIBLIOGRAFÍA

- BEL, P.: *Las cooperativas agrarias en España. Análisis de los flujos financieros y de la concentración empresarial*. Valencia: CIRIEC- España, 1997.
- BALLESTERO, E.: *Economía social y empresas cooperativas*. Madrid: Alianza Universidad, 1990.
- BUENDÍA, I.: *La integración comercial de las sociedades cooperativas*. Madrid: Consejo Económico y Social , 1999.
- FAJARDO, I.G.: Marco jurídico del sector no lucrativo en España, *Noticias de la Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 20, 1996, p. 30 y ss.
- FONT, J.I.: “Prólogo”. En: PANIAGUA, M.: *Mutualidad y lucro en la sociedad cooperativa*. Madrid: McGraw-Hill, 1997.
- GARCIA-GUTIERREZ, C.: La necesidad de la consideración de la sociedad cooperativa como entidad mercantil para la adecuada regulación. *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, nº 66, 1998, p. 207-234.
- LLOBREGAT, M.L.(1999): Régimen económico de las sociedades cooperativas en el marco de la nueva Ley General de Cooperativas de 16 de julio de 1999. *Revista de Derecho de Sociedades*, nº 13, 1999, p. 190-228.
- MORILLAS, M.J.: *Las Sociedades Cooperativas*. Madrid: Iustel, 2008.
- MORILLAS, M.J., FELIÚ, M.I.: *Curso de Cooperativas*. Madrid: Tecnos, 2ª Edición, 2002.

PASTOR, C.: Notas en torno a las principales novedades de la nueva Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas. *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, nº 69, 1999, p. 151-182. .

VARGAS, C. y AGUILAR, M.(2004): Las operaciones de la cooperativa con terceros y la infundada limitación de las mismas por su tratamiento fiscal privilegiado, *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, nº 83, 2004, p. 115-140

LAS INCUBADORAS UNIVERSITARIAS DE ECONOMÍA SOLIDARIA EN BRASIL - UN ESTUDIO DE CASOS¹

POR

Fátima CRUZ-SOUZA²,
Ana Lucia CORTEGOSO,
Maria ZANIN e
Ioshiaqui SHIMBO³

RESUMEN

La Economía Solidaria es un término que designa un movimiento social que viene creciendo en Brasil durante los últimos 15 años e incluye un gran conjunto de actores socioeconómicos. En él se generan alternativas de inserción productiva para colectivos socialmente desfavorecidos, pero sus objetivos no son solamente los cambios económicos, sino la promoción de cambios socioculturales hacia una sociedad más igualitaria y solidaria.

Para apoyar y fortalecer la economía solidaria se crearon desde algunas universidades brasileñas las Incubadoras de Cooperativas Populares. En el presente estudio se analiza la trayectoria de la Incubadora Regional de Cooperativas Populares de la Universidad Federal de São Carlos, situada en el Estado de São Paulo (Brasil), como estructura que conjuga la investigación, la docencia y la extensión universitaria dirigidas hacia los procesos de incubación de emprendimientos solidarios. Aplicando el estudio de casos se sistematizan los avances conceptuales y metodológicos que se relacionan con las dificultades encontradas por

¹ Las autoras y autores agradecen a las siguientes entidades financiadoras: FAPESP, CNPQ, PRONINC-MDS/MEC, PRONINC- FINEP, Ayuntamiento de São Carlos, Universidade Federal de São Carlos, y a todas las entidades que vienen colaborando con el proyecto.

² Universidad de Valladolid (España). Dirección de correo electrónico: fcruz@psi.uva.es

³ Universidade Federal de São Carlos (Brasil). Direcciones de correo electrónico: cortego@ufscar.br; dmza@power.ufscar.br; shimbo@power.ufscar.br, respectivamente.

estos emprendimientos para su consolidación y la creación de redes de iniciativas económicas solidarias en el territorio estudiado.

El examen de este proceso ayudó a identificar y discutir estrategias para el progreso de los argumentos conceptuales, de la metodología de asesoramiento y para la aplicación a otras iniciativas similares.

Palabras clave: Economía solidaria, desarrollo territorial, incubadoras universitarias, método de incubación.

THE UNIVERSITY INCUBATORS OF SOLIDARITY ECONOMY IN BRAZIL – A CASE STUDY

ABSTRACT

The Solidarity Economy is a social movement who is growing up in the last 15 years in Brazil and it includes a very big group of socioeconomic actors. This movement improves alternatives of productive insertion to disadvantage groups of population. However its objectives are not only the economic changes, but the promotion of social and cultural changes toward a more equal and solidarity society.

To support and strengthen the solidarity economy, the Popular Cooperatives Incubators had been created in some Brazilian Universities. In this study we analyse the path of the Regional Incubators of Popular Cooperatives of Federal University of San Carlos (State of São Paulo, Brazil). It works as a structure which combines research, learning and university extension to improve incubation process of solidarity entrepreneurship. Through the case study we try to know the conceptual and methodological progress that is related with the difficulties founded by the consolidation of solidarity entrepreneurs and to creation of networks between solidarity economics initiatives in their territories.

The study of this process helps us to identify and discuss about strategies to improve the conceptual framework and the advice methodology, and to transfer the results to other initiatives.

Keywords: Solidarity Economy; territorial development; university incubators; incubation method.

1. ECONOMÍA SOLIDARIA COMO UNA FORMA ALTERNATIVA DE GENERACIÓN DE TRABAJO, RENTA Y RELACIONES SOCIALES

En las últimas dos décadas del siglo XX, con la hegemonía neoliberal instituida, ha sido posible notar el agravamiento de las condiciones sociales de una gran parte de la población de los países subdesarrollados. A pesar de que las afirmaciones realizadas por los defensores de esa política, nos muestren que los mercados libres producen mayor eficiencia en el bien-estar de todos, lo que en realidad manifiesta es una concentración de renta y un aumento de la pobreza y de la exclusión social. Problemas como bajo nivel educacional, inaccesibilidad a los servicios de salud, altos índices de desempleo y precarización del trabajo, aumento de la violencia y de la criminalidad, destrucción de la familia, entre muchos otros, producen círculos perversos de exclusión que solo tienden a generar más pobreza, tornando el cuadro de la situación social cada vez más insostenible (KLISBERG, 2002). Los trabajadores, una vez expuestos al desempleo, a la subocupación, al trabajo precarizado, o informal, buscan alternativas que les generen una renta donde al contrario de buscar lucro, son reguladas por objetivos de reproducción ampliada de la vida y de la emancipación económica y social.

La Economía Solidaria surge entonces, como alternativa de generación de trabajo y renta para aquellos que fueron excluidos del mercado capitalista. Sus emprendimientos se dan en las esferas de la producción, de la distribución, del consumo, del ahorro y del crédito y pueden tomar la forma de cooperativas, asociaciones, clubes de trueques, empresas autogestionarias, fondos rotativos, etc. Tales prácticas económicas están creciendo no solamente en Brasil, sino en varios países de Suramérica, así como en varias otras partes del

mundo (SINGER, 2001; ARROYO, 2006). Según el Fórum Brasileiro de Economía Solidaria (EBES), la economía solidaria es:

“fruto de la organización de trabajadores y trabajadoras en la construcción de nuevas prácticas económicas y sociales fundadas en relaciones de colaboración solidaria, inspiradas por valores culturales que colocan el ser humano como sujeto y finalidad de la actividad económica, en vez de la acumulación privada de la riqueza en general y del capital en particular” (FBES, 2006, p.3).

A lo largo de los últimos quince años, la Economía Solidaria en Brasil viene ganando amplitud como movimiento social y también como objetivo de las políticas públicas de los gobiernos federales, estatales y municipales. Por esto, es posible notar el aumento de los estudios académicos sobre este tema, así como el surgimiento de nuevas líneas y objetos de las investigaciones que los caracterizan. Incubadoras universitarias de emprendimientos solidarios han surgido en Brasil, desde mediados de la década de 1990, como forma de promover tanto la producción como el acceso al conocimiento por parte de la población más excluida, fomentando la Economía Solidaria como una forma, tanto de generación de renta como de otra manera de establecer relaciones entre personas y de ellas con su ambiente, en atención a sus necesidades en todas las esferas: económica, social, ambiental y psicológica (SINGER 2002a)

2. INCUBADORAS DE EMPRENDIMIENTOS ECONÓMICOS SOLIDARIOS EN LAS UNIVERSIDADES BRASILEÑAS

Según el Ministerio del Trabajo y Empleo (MTE, 2010) del gobierno brasileiro,

“Las primeras incubadoras de cooperativas y de otros emprendimientos económicos solidarios fueron creadas en las universidades brasileñas, como espacios de socialización de los diversos conocimientos producidos en estas instituciones, favoreciendo la articulación entre enseñanza-investigación-extensión y la integración de las universidades con comunidades y segmentos externos a la comunidad académica. Así, aunque guarden similitudes con las incubadoras universitarias de empresas, la especificidad de las incubadoras de

cooperativas reside en el trabajo con emprendimientos colectivos y de base autogestionaria, recién creados o en vía de creación, que exigen procesos específicos de formación, asesoría y asistencia técnica, en aspectos administrativos, productivos y organizativos, con el objetivo principal de contribuir para su autonomía y sustentabilidad”. (MTE, 2010)

Actualmente, en más de una centena de universidades e instituciones de enseñanza superior brasileñas están implantadas incubadoras, organizadas en redes para desarrollar conocimiento y procesos de intervención en la temática de Economía Solidaria. La Red Universitaria de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (Rede de ITCPs) fue iniciada en 1998 y está constituida actualmente por ITCPs de 44 universidades en cinco regiones de Brasil. Tiene como objetivo desarrollar y diseminar conocimientos sobre autogestión y economía solidaria, dentro y fuera de las universidades, además de estimular en la universidad, el desarrollo de otras tecnologías específicas, elaboradas para atender las actividades productivas de los emprendimientos y sus estrategias. Esta red tiene como objetivo vincular de forma interactiva y dinámica las incubadoras universitarias, favoreciendo el intercambio de tecnologías y de conocimientos entre ellas y con la sociedad (ITCP-USP, 2010). Además, la Red Universitaria *Unitrabalho*, agrega, actualmente, 92 universidades e instituciones de enseñanza superior de Brasil. Fue creada en 1996, con el objetivo de contribuir a saldar la deuda social que las universidades brasileñas tienen con los trabajadores (UNITRABALHO, 2010)

Volver el conocimiento científico y tecnológico accesible a la producción históricamente excluida es un desafío para las universidades públicas, principalmente si esto incluye cuestionamientos a los modos hegemónicos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios, que enfatizan la competitividad, el individualismo y la degradación ambiental. Además, implica buscar otros modos que privilegien la cooperación, la solidaridad y la autogestión; los cuales son principios fundamentales de la Economía Solidaria. El desafío se hace aún más complejo, al producir conocimiento científico (comprensión de conceptos y fenómenos) y tecnológico (transferencia) paralelamente a la actuación en la realidad social con poblaciones excluidas y con recursos escasos (financieros, económicos, cognitivos etc.), y a la formación de diferentes tipos de personas para cambios de conductas significativas, en la perspectiva de mejorar las condiciones de vida de la mayoría de la población.

En tal contexto, la Incubadora Regional de Cooperativas Populares de la Universidad Federal de São Carlos (INCOOP/ UFSCar), que forma parte de la Red de ITCPs, viene, desde 1998, implementando actividades de enseñanza, investigación y extensión de forma articulada, relevantes para la Economía Solidaria, con la participación de docentes, profesionales y alumnos de diferentes áreas del conocimiento y campos de actuación profesional. Entre tales actividades se destacan las que se refieren a los procesos de incubación de emprendimientos económicos solidarios (EES) en diferentes sectores económicos.

3. LA INCUBADORA REGIONAL DE COOPERATIVAS POPULARES DE LA UNIVERSIDAD FEDERAL DE SÃO CARLOS

En 1998 la Incubadora Regional de Cooperativas Populares de la Universidad Federal de São Carlos – INCOOP/UFSCar, situada en la ciudad de São Carlos, Estado de São Paulo (Brasil) inició sus contactos con la comunidad, para presentar posibilidades de organización del trabajo colectivo. Disponía, en esa época, de apenas algunas referencias teóricas y algunas experiencias, aún iniciales, como orientaciones para su trabajo de “incubar” cooperativas populares, como forma de superación de la exclusión y de construcción de alternativas a un sistema económico y social que viene produciendo muchos más problemas que condiciones dignas de vida en el planeta. En los años de dedicación a la producción y transformación de conocimiento en iniciativas humanas en Economía Solidaria, varios segmentos de la población fueron atendidos, algunos de forma más completa y otros más parcialmente, con una perspectiva de construir emprendimientos solidarios, aunque en algunas ocasiones no llegasen a realizarse. En estos procesos de asesoría se dieron avances y equivocaciones , muchas veces, derivados de intentos de intervenir sin el conocimiento suficiente, de osadía compensada por el esfuerzo de sistematizar las experiencias, evaluarlas empírica y conceptualmente y, por lo menos, hacerlas públicas, como condición de visibilizar lagunas de conocimiento o para ayudar a suplir dichas lagunas. La opción por el compromiso radical con la no separación entre enseñanza, investigación y extensión, y el desafío de lograr eso a través del contacto directo con los aspectos de la realidad que constituyen problemas sociales significativos, a la vez, transformando el conocimiento disponible en conductas humanas, produciendo conocimiento nuevo y, en este proceso, garantizando la formación para la

Economía Solidaria a todos los niveles, trajo consigo exigencias metodológicas considerables. El desafío, aún mayor, ha sido realizar todo ello de un modo articulado con otras entidades, con diferentes actores sociales, con puntos de interés también diversificados dentro de la propia Economía Solidaria.

Formular preguntas y buscar respuestas sobre la posibilidad de que la Economía Solidaria desempeñe un papel relevante en los cambios que, aún aquellos que no creen en esa posibilidad reconocen que son necesarios para la construcción de un mundo menos desigual, representó y representa la contribución de profesores, alumnos, profesionales de nivel superior y trabajadores implicados en la INCOOP en más de 10 años de su existencia. En su equipo de trabajo, la INCOOP/UFSCar ha contado con la participación de docentes y alumnos de diferentes áreas del conocimiento (Psicología, Ingeniería Civil, de Materiales, de Producción, Letras, Enfermería, Terapia Ocupacional, Ciencias Sociales, Pedagogía, entre otros) y de profesionales de diferentes campos de actuación profesional (Arquitectura, Psicología, Pedagogía, Ciencias Sociales, Biología, Agronomía, Química, entre otros).

La INCOOP, desde el inicio de su funcionamiento, sistemáticamente viene atendiendo y contribuyó directamente para la formación de al menos 20 emprendimientos solidarios, en áreas como alimentación, limpieza y vigilancia, lavandería, reciclaje, costura, producción de plántones, artesanías, carpintería y producción agropecuaria y productos de limpieza. posibilitando así, la creación de trabajo y de renta para aproximadamente 500 personas. La forma de actuación en el atendimento a la comunidad y para la constitución de emprendimientos solidarios, corresponde al llamado “método de incubación” de la INCOOP, un proceso que será detallado más adelante.

Aunque la incubación de emprendimientos económicos solidarios constituya la centralidad de la actuación de la INCOOP, ésta no es la única actividad realizada por el equipo de trabajo, como forma de atender a su compromiso con la enseñanza, investigación y extensión. En el ámbito de la enseñanza de nivel superior, la Incubadora mantiene desde 2003, una oferta de asignatura semestral destinada a alumnos de cualquier curso de grado interesados en la temática de la Economía Solidaria. Además de la familiarización con los conceptos relevantes en este campo, los participantes de dicha asignatura se insertan en los proyectos de intervención que en ese momento se estén desarrollando en la Incubadora,

iniciando su aprendizaje en relación a la producción de conocimiento por medio de formulación de preguntas de investigación y participando de actividades que profundizan determinadas temáticas específicas. Todo ello se da en un contexto en que la multidisciplinariedad se materializa por medio de un equipo de trabajo realmente multidisciplinar, y por la presencia de alumnos en proceso de formación provenientes de diferentes especialidades. En la esfera de la enseñanza de posgrado, desde 2009, se imparte la disciplina de Economía Solidaria, Ciencia y Tecnología para el alumnado del Programa Multidisciplinar en Ciencia, Tecnología y Sociedad de la UFSCar. Además, la INCOOP constituye un campo para prácticas curriculares y ofrece condiciones para el desarrollo de trabajos de investigación con respecto a los grados, para diferentes cursos y posgrados, a partir de diferentes programas que cuentan con la participación de los profesores trabajote la INCOOP. Diversos alumnos y alumnas de posgrado desarrollan sus propios proyectos simultáneamente a actividades de intervención en proyectos de la Incubadora.

La INCOOP actúa, aún, en el fomento de iniciativas de apoyo a los emprendimientos incubados, que responden a la promoción de finanzas solidarias y de prácticas de consumo ético, responsable y solidario; en la realización y divulgación de investigaciones realizadas según las líneas en que trabaja cada docente del equipo de trabajo, en el ámbito del grupo de investigación en que están vinculados los miembros del grupo (Economía Solidaria y Cooperativismo Popular), incluyendo sus propias prácticas de asesoría, orientadas por el siguiente conjunto de directrices: a) público prioritario de procesos de producción de conocimiento: fenómenos y procesos incluidos, o de interés para el público a quien se dirige la INCOOP (excluidos: desempleados, trabajadores precarizados, moradores de barrios pobres, personas con necesidades especiales, poblaciones en desventaja social, en situaciones de riesgo); b) Rigor ético compatible, en el grado máximo posible, con exigencias establecidas por normas y con la lógica de la Economía Solidaria, que prevé protagonismo por parte de la poblaciones implicadas, y empoderamiento de estas poblacionespoblaciones por medio, también, del proceso de producción de conocimiento; c) Relevancia: del punto de vista social (beneficios previstos, ¿quiénes son los beneficiarios directos e indirectos, en corto, medio y largo plazo?); del punto de vista científico (¿a qué laguna del conocimiento corresponde? ¿Qué contribución ofrece para los avances del conocimiento?); histórico (justificativa para la implementación de proyectos en el contexto histórico); d) inclusión de mecanismos para acceder al conocimiento producido para quien lo necesita, como parte del

proceso de producción del conocimiento; e) Explicitación de mecanismos para el empoderamiento (CRUZ et al. (2006) del público al que está dirigida la INCOOP durante la implementación de los procesos de producción de conocimiento y a partir de sus resultados.

La Incubadora participa también, como agencia de fomento, de actividades directamente relacionadas al llamado movimiento de la Economía Solidariaa nivel del municipio donde se ubica la universidad, de la región o estado en que está localizada, en el ámbito nacional, y en el ámbito de los foros de Economía Solidaria. Conjuntamente con otros actores del movimiento, actúa de modo a alcanzar una estructura legal apropiada a la lógica de la Economía Solidaria y en la implantación de políticas públicas de Estado, como fomento a esta forma de producción y organización social. En la ciudad en que actúa, la INCOOP contribuyó para la constitución de un Centro Público de Economía Solidaria, para la formulación de una Ley Local de Economía Solidaria y su aprobación, y para la constitución del Foro Municipal de Economía Solidaria. Participa y actúa, así mismo, en el fomento y estudio de iniciativas de articulación del movimiento de la Economía Solidaria, tales como la Red de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (con más de 40 incubadoras distribuidas por Brasil), y en instancias internacionales, como la Asociación de Universidades Grupo Montevideo (AUGM), como representante de la UFSCar en el Comité para Asuntos Cooperativos y Asociativos (PROCOAS), y viene ampliando sus alianzas internacionales en España (Universidad de Valladolid) e Italia (Cooperativas sociales), entre otras.

3.1. La INCOOP y su método de incubación.

El examen y la sistematización de las experiencias de incubación llevadas a cabo por la INCOOP han sido formas privilegiadas de producción del conocimiento, tanto para apoyar el propio trabajo de la Incubadora, como para la continuidad de estudios y aplicaciones en el ámbito de la Economía Solidaria. En este sentido, durante estos años de actuación vienen construyéndose un referencial de abordaje, a partir de las varias experiencias de incubación, que está constituido por un conjunto de comportamientos de referencia de la Incubadora, denominado método de incubación. Hay que señalar, sin embargo, que éstese encuentra en permanente proceso de revisión.

En el ámbito de la INCOOP, se entiende por incubar emprendimientos solidarios, el hecho de asesorar grupos para la formación de emprendimientos económicos solidarios, por medio de la oferta de apoyo técnico y de acompañamiento del proceso de toma de decisiones e implementación de actividades. Las personas responsables por la incubación participan en todas las etapas del trabajo, incluyendo la evaluación de resultados, por medio de relaciones dialógicas, siempre que se presenten demandas u oportunidades que sean compatibles con los criterios en vigor dentro de la INCOOP, y considerando la disponibilidad de recursos necesarios. Como resultado de este proceso se intenta alcanzar la existencia y consolidación de emprendimientos solidarios y autogestionarios de naturaleza popular, organizados para el trabajo colectivo, que funcionen de forma autónoma, con capacidad para identificar sus propias necesidades y, así mismo, buscar las alternativas para que sean atendidas, incluidas en el mercado y en el contexto más amplio de la Economía Solidaria y con características gradualmente más compatibles con principios de Economía Solidaria.

Tomando como punto de partida esta caracterización general del proceso de incubar emprendimientos solidarios, a partir de la experiencia en este campo y de reflexiones conceptuales, fue identificado un conjunto de comportamientos más específicos y relevantes para alcanzar los resultados previstos para asesorar los grupos atendidos. Presentamos a continuación una indicación sintética de estos comportamientos sistematizada por CORTEGOSO et al. (2005 y 2008):

- 1) Procesar demandas para incubación de emprendimientos solidarios, recibidas de diferentes actores sociales, de modo que éstas sean aceptadas o rechazadas en función de criterios establecidos por el equipo de trabajo de la INCOOP y de recursos existentes para la incubación de nuevos emprendimientos, de forma transparente para todos los implicados y con orientaciones realizadas en aquellos casos en que la demanda no puede ser atendida;
- 2) Identificar poblaciones con potencialidades de formación de emprendimientos solidarios, compatibles con la demanda, cuando esta población no está ya identificada en la demanda;
- 3) Caracterizar cada uno de los actores, de diferentes tipos, implicados o que deban ser incluidos en el proceso de incubación específico a ser realizado, de forma más completa posible, como condición para elaborar propuestas de actuación junto al

grupo y, de preferencia, con participación efectiva de los ya implicados, particularmente la población potencial para la formación del grupo de trabajo productivo;

4) Presentar la Economía Solidaria como posibilidad de organización enfocando la generación de trabajo y renta a la población o grupo potencial para la constitución de emprendimientos solidarios. De modo que cada uno de los miembros de dicha población sea *esclarecido* con respecto a las características de los emprendimientos en el ámbito de la economía solidaria, principios del cooperativismo, alternativas existentes para la generación de trabajo y renta, forma y condiciones de trabajo de la INCOOP y sea *competente* en el uso y comprensión del lenguaje y de los conceptos en el campo de la Economía Solidaria, que pueda *escoger* de forma libre y esclarecida sobre la adhesión a la propuesta cooperativista y *contribuir* a la búsqueda de recursos para viabilizar el atendimento de la INCOOP, en caso de que fuera necesario;

5) Apoyar el grupo en su organización inicial para que los participantes puedan tomar decisión democrática y esclarecida sobre la formación (o no) del emprendimiento económico solidario, en caso tal, que el grupo presente un grado insuficiente de organización autónoma para eso;

6) Elaborar una propuesta conjunta de trabajo, con la participación de los miembros con potencialidades dentro del grupo a ser "incubado", que indique, lo más claro posible los acuerdos colectivos sobre responsabilidades mutuas en el proceso de incubación, objetivos, metas, plazos, formas de trabajo, contrapartidas y otros aspectos que puedan contribuir para la regulación de las conductas de todos los y las participantes, y que al mismo tiempo, sirvan como parámetros para evaluar el trabajo, atendiendo las necesidades, intereses y posibilidades de todas las personas implicadas;

7) Apoyar la selección de la actividad económica a ser realizada por el grupo a partir del examen de cadenas productivas, de modo que ésta presente viabilidad económica, relevancia social y compatibilidad con los recursos materiales y con el capital humano disponible, con recursos adicionales e infraestructura necesaria para la implementación de la actividad, éstos, debidamente identificados y potencialmente accesibles;

8) Promover la formación de los miembros del grupo sobre el tema del cooperativismo popular y la Economía Solidaria de forma continua y permanente, aumentando la autonomía del grupo y su inserción en el contexto general de la

Economía Solidaria, así como, aumentando las probabilidades de que los miembros de los emprendimientos atendidos presenten conductas gradualmente más compatibles con la cultura de la Economía Solidaria;

9) Promover la formación continua y permanente de los miembros, sobre la autogestión y la gestión administrativa, de modo que todos los miembros del emprendimiento económico solidario tengan oportunidades de aprendizaje, siendo gradualmente más capaces de participar de su administración, utilizando técnicas y procedimientos adecuados y compatibles con los principios del movimiento de la Economía Solidaria; trabajadores y trabajadoras con control sobre todo el proceso económico (producción, financiamiento, administración, distribución, trueque y consumo ético, crítico, consciente de los frutos de su trabajo);

10) Promover condiciones para la capacitación técnica de los participantes en relación al servicio o producto ofertado por el emprendimiento, de forma permanente, de modo que sea posible mantener y ampliar la viabilidad económica del emprendimiento, generando mejores condiciones para reaccionar a los mejores puestos y condiciones de trabajo. Que el grupo esté preparado para mantenerse buscando oportunidades de capacitación técnica de forma autónoma y para establecer alianzas en este sentido, de modo que cada miembro pueda alcanzar un desempeño técnico de alta calidad, mejoría de la autoestima y mejores condiciones para colaborar en el grupo;

11) Promover la elaboración de normas de funcionamiento del emprendimiento, particularmente el reglamento interno, de manera participativa, lo más temprano posible y de modo que éstas indiquen claramente comportamientos esperados de los miembros y del emprendimiento, definidos por el grupo de acuerdo con sus necesidades y características, de forma compatible con la legislación existente y de manera a minimizar la probabilidad de conflictos y distorsiones en relación a los principios de la economía solidaria. Así mismo, debe constar claramente las consecuencias que sean capaces de mantener dichos comportamientos, por lo que agregan o garantizan efectos benéficos para cada individuo y para el grupo en términos de satisfacción de sus necesidades y alcance de sus objetivos, además, con especificación de las consecuencias del no cumplimiento de las reglas, que sean viables y proporcionales a la gravedad de las conductas que generan desvíos, de modo a promover la comprensión de los miembros sobre la función de cada norma.

- 12) Apoyar el grupo en la legalización del emprendimiento, de modo que éste quede regularizado de acuerdo con la definición del grupo y su naturaleza jurídica en las leyes vigentes, con el menor coste posible, y con miembros lo más capacitados que sea posible en relación a este proceso;
- 13) Apoyar al grupo en la implantación del emprendimiento, de modo que éste tenga su inserción inicial en el mercado, con capacidad de funcionar gradote la mejor manera posible, de acuerdo con los principios cooperativistas y de la Economía Solidaria, con normas internas mínimas establecidas y con capacidad de autogestión y gestión administrativa, posibilitando evaluaciones del funcionamiento y ampliación de las condiciones de su viabilidad económica.
- 14) Apoyar al grupo a implementar un sistema de control por medio de indicadores sobre su propio financiamiento, de modo que pueda ser utilizado de forma habitual con el grupo, produciendo de forma autónoma datos sobre su propio funcionamiento, de modo a subsidiar sus decisiones tácticas, estratégicas y cotidianas; además, el sistema a implantar debe seguir un alto grado de compatibilidad con los otros sistemas de control dentro de la Economía Solidaria;
- 15) Apoyar el grupo en la implementación del emprendimiento, de forma eventual y esporádica, de modo que se pueda mantener incluido en el mercado, funcionando de forma creciente en armonía con los principios cooperativistas y de la Economía Solidaria, contando con aliados y articulándose con otros emprendimientos solidarios, particularmente los de la cadena productiva de la cual forme parte, con un creciente grado de autonomía en relación a la Incubadora, con derecho o dominio creciente de los medios de producción,;
- 16) Apoyar el grupo para que participe en redes de cooperación y en iniciativas del movimiento de Economía Solidaria, de modo que el emprendimiento esté articulado con otros emprendimientos solidarios, apoyado por otros emprendimientos del campo de la economía solidaria, participando del mayor número posible de iniciativas organizativas de este campo, tanto para la viabilidad de la actividad productiva como para la defensa política de este campo.

Aun siendo estos comportamientos considerados relevantes, no siempre todos son necesarios en todas las situaciones. Por ejemplo, la identificación de personas con potencial para la participación dentro del emprendimiento, no se justifica cuando estas personas ya

están debidamente identificadas desde el inicio del proceso. De la misma manera, la lista citada anteriormente no indica una secuencia única de desarrollo de las actividades comprendidas en el método de incubación, siendo muy frecuente que varias ocurran simultáneamente. En cada situación, es necesario examinar las condiciones específicas relacionadas con la demanda o la oportunidad de incubar un emprendimiento, y promover las adaptaciones deseables para un buen atendimento de estas peculiaridades, sin perder de vista los aspectos esenciales del proceso de incubación, en la dirección de los resultados de la Incubadora, enunciados como una actuación deseable.

3.2. La INCOOP y su estrategia de desarrollo territorial

La experiencia de la INCOOP/UFSCar y un profundo debate llevaron a un cambio de perspectiva en los últimos años. Constituyéndose la atención a los territorios como forma de actuación preferencial, más que la atención a los emprendimientos aislados. Estos territorios fueron definidos a partir de los propios emprendimientos económicos solidarios que la Incubadora había atendido y que presentan un significativo potencial para la ampliación y consolidación de la Economía Solidaria. Sin embargo, se establece la consolidación de la Economía Solidaria en articulación con otras políticas sectoriales, como salud, educación, vivienda y saneamiento ambiental, como forma de desarrollo territorial, enfatizando la generación de renta por medio del trabajo colectivo y de prácticas de cooperación. Por lo tanto, presuponemos que los principios que caracterizan los emprendimientos económicos solidarios: autogestión, democracia, participación, igualitarismo, cooperación, autosustentación, desarrollo humano y responsabilidad social (GAIGER, 2004), pueden expandirse, transformándose en una estructura para un proceso más amplio y que abarque los sistemas cultural, social y político de una cierta comunidad, localidad, región o territorio.

Para promover el desarrollo local basado en los principios de la Economía Solidaria, la INCOOP/UFSCar buscó recursos en diversas agencias de fomento, por medio de elaboración de proyectos. Desde 2007, la estrategia de actuación de la INCOOP/UFSCar en todos sus proyectos está centrada en la ampliación y articulación de iniciativas de Economía Solidaria para el desarrollo local en un territorio urbano y en un territorio rural específico. Esto viene dándose por medio de la consolidación de los emprendimientos solidarios ya existentes y de su protagonismo en el proceso de creación e implantación de otros emprendimientos e

iniciativas solidarias en estas áreas. Como resultado, se espera la ampliación, de forma articulada, de iniciativas de Economía Solidaria, incluyendo productores dentro de una misma cadena productiva, prestadores de servicios, consumidores, gestores públicos y otros actores que fomenten la Economía Solidaria, con perspectiva de desarrollo territorial sustentable, seguridad alimenticia y nutricional, y soberanía alimenticia.

Partiendo de las iniciativas económicas de la Economía Solidaria existentes en dos barrios de la ciudad de São Carlos (SP, Brasil), y que además constituyen el territorio urbano de actuación de la INCOOP/UFSCar, así como de necesidades ya identificadas por las personas que componen estos emprendimientos, los miembros del equipo de trabajo de la INCOOP/UFSCar que ya apoyaban tales iniciativas y otros actores sociales que desenvuelven actividades en favor de la mejoría de la calidad de vida de los habitantes, vienen desarrollando un proceso de caracterización de las demandas, identificación de recursos y oportunidades existentes y/o potenciales en el territorio –, y de definición de cadenas productivas a ser promovidas en la región, por medio de la constitución de nuevos emprendimientos solidarios.

En un periodo de seis meses, y contando con recursos obtenidos a través de las agencias de financiación, fue posible establecer convenios con más de 20 entidades asociadas, las cuales también son actores sociales: Ayuntamiento y diferentes organismos municipales, grupos religiosos, emprendimientos solidarios, sectores universitarios y organizaciones sociales con objetivos diversos. Al mismo tiempo, se ha podido identificar propuestas de cadenas productivas como referencia para los estudios de viabilidad e implantación de iniciativas solidarias, en las áreas de limpieza, alimentación, atención a personas dependientes, servicios logísticos, vivero de plantas, producción de pequeños objetos de madera, cultura, entre otros.

3.3. Breve Caracterización de los territorios enfocados por la INCOOP/UFSCar

Como se ha señalado anteriormente, la INCOOP/UFSCar, desde el 2007, ha puesto en práctica su estrategia de realizar intervenciones que traten el desarrollo territorial, por medio del fortalecimiento y de la expansión de emprendimientos e iniciativas de la Economía Solidaria en regiones habitadas por poblaciones en riesgo de exclusión social, articulando

diferentes actores sociales, sensibilizando y capacitando la creación de redes de colaboración. Hasta el momento fueron delimitados dos territorios, uno en área rural y otro en área urbana.

Territorio urbano

El territorio urbano al que se refieren las actividades de la asesoría por parte de la INCOOP/UFSCar, está afectado por una situación de gran pobreza en un municipio del interior del Estado de São Paulo, el cual, aunque presente alto Índice de Desarrollo Humano (IDH) – considerando las medias nacionales y regional – no está libre del perfil de desigualdad, producido por el crecimiento capitalista, generador de exclusión.

El municipio de São Carlos tiene como ejes dominantes de su economía los sectores industrial y de servicios, además de la producción agropecuaria (leche, naranjas y caña de azúcar). La implantación de dos grandes universidades (USP y UFSCar en las décadas de 50 y 60 respectivamente) aliada al consecuente surgimiento de diversas empresas hizo con que São Carlos ganara la condición de polo tecnológico y fuera conocida como la Capital de la Tecnología. A pesar de esta consideración, la ciudad posee grandes bolsas de pobreza, entre ellas el Jardim Gonzaga y el Jardim Monte Carlo, dos barrios del territorio urbano, centros de los estudios y de la intervención de la INCOOP.

Estos dos barrios, situados en área fronteriza del perímetro urbano de la ciudad de São Carlos, poseen los mayores índices de vulnerabilidad social de la ciudad (extrema pobreza, altos índices de violencia, de desempleo, de drogadicción, de baja escolaridad y de niñez y adolescencia en riesgo personal y social), comenzó a ser ocupado entre 1977 y 1979. Considerado “zona crítica”, de acuerdo con el perfil socioeconómico, los habitantes de estos barrios están estigmatizados en el resto de la ciudad (CAMPOS et al., 2003). Además, tales barrios tienen entre otras características, una ocupación irregular tanto en lo que se refiere a las dimensiones y ocupación de los terrenos, como en el carácter de ilegalidad de sus nuevas construcciones, que se ubican cada vez más próximas a una gran área de riesgo y de preservación ambiental, donde existen tres manantiales de agua conviviendo con las aguas residuales de la casas de los barrios adyacentes. En estos dos barrios, es posible observar también la falta de servicios urbanos esenciales, principalmente en el área de salud, ocio y deportes.

Territorio Rural

El asentamiento Pirituba II, con aproximadamente 300 familias agricultoras asentadas desde otras localidades, está localizado en el municipio de Itapeva, en el estado de São Paulo, en una región que presenta bajos índices de desarrollo humano (IDH 0,745, posición 558 en el ranking). Se eligió este asentamiento porque, a pesar de presentar una concentración de riquezas naturales, con florestas nativas y plantadas que comprenden un área de 600.000 hectáreas, se caracteriza como una de las regiones con los más bajos indicadores sociales del Estado de São Paulo.

4. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA INCOOP EN EL ÁMBITO DE LA UFSCAR

La Universidad Federal de São Carlos ha realizado, en las últimas dos décadas, esfuerzos diversos para poner en práctica sus compromisos de articulación de enseñanza, investigación y extensión y para afrontar problemas sociales de diferentes naturalezas y circunstancias. Esto se viene haciendo, tanto por medio de promoción de debates conceptuales sobre la naturaleza de estas actividades y el papel de la extensión en el ámbito de la universidad, tanto interna como externa, como por la creación de instancias, instrumentos y recursos para el fortalecimiento de múltiples acciones de transformación del conocimiento sistematizado en conductas humanas. En el ámbito de las definiciones institucionales, una resolución de 1999 (UFSCar, 1999) afirma el compromiso con la indisociabilidad de las actividades de enseñanza, investigación y extensión, reiterando las actividades de extensión universitaria como parte o etapa de los procesos de producción del conocimiento y no como algo separado de estos procesos, por medio del cual la Universidad amplía el acceso al conocimiento, capacitando personas sobre el uso del conocimiento disponible. En esta normativa, se indican y definen un conjunto de actividades de extensión como formas para alcanzar el objetivo de transformar el conocimiento, que es dominio de la universidad, en accesible para la sociedad, ya sea por su propia producción o por la sistematización del conocimiento universal disponible.

En términos de condiciones institucionales para el desarrollo de actividades de extensión tal como definidas, fueron creados, como mecanismos internos para viabilizar las actividades de extensión: núcleos articuladores de extensión; fondo de ecualización, que permite destinar recursos para apoyo de programas y proyectos de extensión; implementación de una sistemática que promueva el desarrollo de programas (como actividades duraderas y estables) y proyectos de extensión; estímulo y creación de condiciones favorables para captación de recursos y establecimiento de trabajo conjunto entre entidades capaces de promover y ampliar el compromiso social de la universidad y de su comunidad con el entorno y con las necesidades sociales que se presentan en un tiempo de complejidades crecientes; así como un Plan de Desarrollo Institucional (PDI/UFSCar), que incluye la posibilidad de creación de instancias genéricamente denominadas: Unidades Especiales de Enseñanza, Investigación y Extensión (supradepartamental, multidisciplinar y multiprofesional).

En relación con la INCOOP, la Universidad Federal de São Carlos creo y mantiene también condiciones institucionales específicas para su surgimiento y manutención. Inicialmente, con la obtención de recursos para contratación de técnicos de nivel superior, como apoyo al equipo de docentes que asumieron las actividades iniciales de la Incubadora; de modo permanente, con un espacio físico cedido por la UFSCar para el desarrollar actividades por parte de los diferentes equipos de trabajo, además del material de consumo y manutención del espacio (agua, luz y teléfono) Existe también otro espacio multiuso el cual fue una ampliación cercana al acceso y cuya función es apoyar a los núcleos y a las actividades de extensión. Actualmente, se trabaja en la perspectiva de que la Incubadora se convierta en una Unidad Especial de Enseñanza, Investigación y Extensión, con la denominación de Núcleo Multidisciplinar Integrado de Enseñanza, Investigación y Extensión en Economía Solidaria, con la condición de unidad presupuestaria, lo que deberá garantizar niveles de estabilidad institucional que puede atenuar problemas crónicos de inexistencia del cuadro técnico permanente en el ámbito administrativo y de los procesos de atendimento a la comunidad con la participación de técnicos de nivel superior en el equipo de trabajo.

5. CONSIDERACIONES FINALES

El examen continuo del método de incubación, tanto a partir de la sistematización del trabajo realizado junto a los grupos atendidos, como de las formulaciones por personas que actúan en el equipo o que participan de actividades de enseñanza desarrolladas en la Incubadora, el perfeccionamiento de su descripción – y sus efectos para la mejora de la intervención – en términos de la identificación de comportamientos más específicos que pueden ser relevantes en el proceso de atendimento a la comunidad, de propiedades de los comportamientos más generales y específicos, así como de necesidades de producción de conocimiento sobre procedimientos y materiales para la actuación práctica del equipo de trabajo, a las cuales este mismo grupo busca responder, sea por medio de producción de conocimiento nuevo, o por medio de la transformación del conocimiento disponible en tecnología y en recursos para que el equipo y la población puedan lidiar con desafíos de grados crecientes de complejidad en el proceso de implementación de la Economía Solidaria en un contexto muy poco amistoso.

De la misma manera, las perspectivas metodológicas de actuación de la INCOOP a partir de definiciones de estrategias de desarrollo territorial y de la constitución de cadenas productivas, realizadas a partir de 2007, vienen estableciendo nuevas demandas en cuanto a los avances conceptuales y prácticos, que inciden también en el Método de Incubación, considerando particularmente el protagonismo que emprendimientos ya incubados por la INCOOP asumieron en esta nueva etapa del funcionamiento de la Incubadora.

Finalmente, es importante resaltar que la actividad de la INCOOP en el ámbito de formación de profesionales de enseñanza superior, con la oferta semestral de la disciplina destinada a alumnos de cualquier especialidad interesados en la temática de la Economía Solidaria, ha posibilitado la permanencia de alumnos que, habiendo pasado por ella, son incluidos en diversas actividades de la INCOOP, en la condición de monitores de la disciplina, becarios en las modalidades institucionales o con recursos de proyectos gestionados por la Incubadora y aprobados por agencias de financiación de investigación, innovación tecnológica o extensión. La experiencia que resulta de este proceso apunta hacia un modo dinámico de producción de competencias, para lidiar con necesidades sociales y con

el conocimiento sistematizado, como parte del repertorio de profesionales de nivel superior, que parece relevante compartir con otras instancias académicas.

BIBLIOGRAFÍA

- ARROYO, J. C. T. (2006) *Economia popular e solidária: a alavanca para o desenvolvimento sustentável e solidário*. São Paulo: ed. Fundação Perseu Abramo.
- CAMPOS, S. E. A. et al. (2003). *O lazer cotidiano do Jardim Gonzaga - São Carlos*. In: XV Encontro Nacional de Recreação e Lazer - Lazer e Trabalho: Novos Significados na Sociedade Contemporânea, Santo André (BR).
- CORTEGOSO, A. L. et al. (2008). Comportamentos ao incubar empreendimentos solidários: a descrição do fazer coletivo como referencial para o fazer de cada um. En: CORTEGOSO, A. L. e LUCAS, M. (Org) *Psicologia e economia solidária – Interfaces e perspectivas*. São Paulo: Casa do Psicólogo, pp. 117-136.
- CORTEGOSO, A. L. et al. (2005). Método de incubação como referencial para atendimento a empreendimentos solidários: a experiência da Incubadora Regional de Cooperativas Populares da UFSCar. II Jornadas Universitárias sobre Cooperativismo, Economia Solidária y Procesos Asociativos. Montevideo.
- CRUZ, F. et al. (2006) “Algunas aportaciones de la Psicología Social a las Mujeres Emprendedoras en Territorios Rurales”. En: MARTÍNEZ GARCÍA, B. y LEOPOLD, L., *Aportes para la Construcción de lo Colectivo*, pp. 333-347. Montevideo: Psicolibros.
- FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA (2006). *Publicação de Apresentação*. Brasília : FBES.
- GAIGER, L. I. (org.) (2004). *Sentidos e experiências da economia solidária no Brasil*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- ITCP-USP (2010). *Incubadora de Cooperativas populares da Universidade São Paulo 2010* , disponible en <http://www.itcp.usp.br/drupal/node/440>. Aceso en 09 de junio 2010.
- KLIKSBERG, B. (2002) *América Latina: uma região de risco – pobreza, desigualdade e institucionalidade Social*. Trad. de Norma Guimarães Azeredo. Brasília: UNESCO.
- MINISTERIO DO TRABALHO E EMPREGO (MTE) do Governo brasileiro , disponible en http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/prog_incubadoras_proninc.asp. Aceso en 08 de junio 2010.

- SINGER, P. (2002a). Introdução à Economia Solidária. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- SINGER, P (2002b). Políticas de apoio à economia solidária. Revista Sebrae, nº 07, nov-dez/2002.
- UNITRABALHO 2010, disponible en <http://www.unitrabalho.org.br/>. Aceso en 09 de junio 2010.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS (1999). Portaria GR 664/99. Disponible en http://www2.ufscar.br/interface_frames/index.php?link=http://www.proex.ufscar.br

ANDALUCÍA Y LOS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS -EL CASO DE MARACENA-GRANADA-

POR

Jesús Mauricio FLÓREZ-PARRA**

RESUMEN

El mecanismo de este documento es el de observar el funcionamiento y las experiencias de la participación ciudadana por medio de las asociaciones de comerciantes en Andalucía y la importancia de la iniciativa del proyecto denominado “Centros Comerciales Abiertos” en el ámbito local, al mismo tiempo queremos trasladar la experiencia de la Asociación de Comerciantes y Pequeños Empresarios de Maracena-Granada en la puesta en marcha de esta nueva propuesta, destacando la importancia de unificar al pequeño y mediano comercio con el nuevo lenguaje de los emprendimientos colectivos.

Palabras Claves: Asociacionismo, Participación, Administración Pública, Tecnología, Organizaciones.

Clasificación JEL: L300, L260, R280

** Jesús Mauricio Flórez Parra, aspirante a Doctor en Economía, Gestión y Control de Entidades y Políticas Públicas por la Universidad de Granada-España. e-mail: jflores@correo.ugr.es

ANDALUCÍA AND THE OPEN MALL- THE CASE OF MARACENA- GRANADA-

ABSTRACT

The mechanism of this paper is to observe the functioning and experiences of citizen participation through trade associations in Andalucía and the importance of the initiative project called "Open Mall" at the local level, while we transfer the experience of the Association of Traders and Small Businessmen Maracena-Granada in the implementation of this new proposal, stressing the importance of unifying the small and medium business with the new language of collective entrepreneurship.

Keywords: Associationism, Participation, Public Administration, Technology, Organizations.

1. INTRODUCCIÓN

La adaptación de los comercios tradicionales a los nuevos mecanismos de competencia internacional, junto con la aplicación de las modernas tecnologías de la información y de la telecomunicación, han supuesto una transformación en los colectivos empresariales de las distintas zonas de Andalucía.

Los nuevos formatos de hacer comercio y las reglas establecidas en la liberalización y globalización de los mercados, expone la dificultad de que un comercio tradicional pueda incorporarse a la competencia de los mercados globales.

Una de las apreciaciones realizadas por Senarclens (2004) relaciona la reducción de los costes de transporte y el avance de las tecnologías de la comunicación y de la información como una fórmula que garantiza la parcelación y la deslocalización de la producción, generando así, una gestión coherente de su proceso de fabricación, de su manipulación y de su comercialización.

La inclusión de conceptos como Responsabilidad Social Empresarial consolidan las premisas voluntarias por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (Libro Verde, 2001; Kolk y Pinkse, 2009; Jamali, Safieddine y Rabbath, 2008).

Podemos destacar que en la actualidad hay nuevos planteamientos por parte de la Administración, términos como Gobernanza plantea la manera de como se debe gobernar, teniendo en cuenta la participación ciudadana como factor fundamental en la toma de decisiones y en el desarrollo de una eficiencia, eficacia, economicidad, transparencia y equilibrio en una sociedad (Martínez, 2005).

En este sentido, los nuevos cambios en la estructura de la Administración han puesto de manifiesto una nueva era en todo el conjunto del Estado. Es claro que la cultura organizacional ha dado un giro muy importante denotando como eje fundamental la prestación de un buen servicio dirigido a los ciudadanos; hoy por hoy, hemos denominado estos cambios en la Administración Pública como la New Public Management-la nueva gestión pública (Hood, 1991; Aucoin, 1990; Torres y Piña, 2004).

La idea de relacionar a la Administración Pública con los comercios tradicionales es trabajada en el Reino Unido mediante el Town Centre Management¹ que establece como medio de cooperación el sector público y privado. Orientando, a que los centros urbanos se deben centrar en revitalizar los centros de las ciudades.

La importancia de buscar mecanismos que aglutinen los entramados comerciales urbanos de las distintas localidades es más latente, frente a este reto, es fundamental establecer proyectos colectivos que establezcan nuevas normas de competencia para no permitir la desaparición forzada del pequeño y mediano comercio.

¹ Modelo del Reino Unido <http://www.atcm.org>

El fortalecimiento empresarial es una estrategia tradicional del cooperativismo ante las nuevas circunstancias que demandan un nuevo rol empresarial colectivo definido por sus actividades de conjunto (Stryjan, 1999).

Las redes de cooperación empresarial puede ser la fórmula organizativa idónea para que la microempresa pueda, mediante la concentración con otras empresas, adquirir el tamaño necesario para poder competir con la gran empresa (Benito, 2009).

Dentro de los planteamientos y la perspectiva realizada por Molinillos (2002) el comercio individual no dispone de todos los servicios y prestaciones que el cliente necesita. Sólo a través de la unión y del asociacionismo, el comerciante puede ofrecer al mercado lo que este demanda, ya que los centros comerciales de área urbana reactivan la situación socioeconómica de su entorno proporcionando aparcamientos, peatonalización, rehabilitación de inmuebles, el mobiliario urbano, animación de calles entre otras y de paso construye los criterios de unidad e imagen propia.

Este artículo estará comprendido en cuatro partes; en primer lugar plantearemos una revisión de la literatura; posteriormente continuaremos abordando los criterios que debe poseer un centro comercial abierto en la comunidad autónoma de Andalucía y cuántos de ellos están consolidados; en su tercera fase aportaremos la experiencia local de la asociación de comerciantes de Maracena-Granada y a su vez realizaremos un diagnóstico evaluativo utilizando como instrumento de obtención de información un auto cuestionario sobre los aspectos que debe poseer un centro comercial abierto en esta localidad; por último, finalizaremos con las conclusiones.

2. ESTUDIO DEL ARTE

Desde la historia, el comercio ha sido fuente esencial para el intercambio de bienes y servicios que ayudan a construir núcleos sociales, un mercado es el lugar donde los compradores y vendedores adquieren y ofrecen bienes, servicios y recursos (Salvatore, 1992).

Aristide Boucicaud² nació en Francia y fue uno de los creadores de la gran distribución, su aportación está basada en los criterios para que el consumidor pueda comprar de la siguiente manera: libre circulación, los precios sean fijos sobre todos los productos, imposibilidad de regateo, venta con pequeños márgenes, aceptación de retorno, gran diversificación de productos, entrega a domicilio y hasta venta por correspondencia.

Los centros comerciales son destinos donde las mujeres son libres, poderosas, públicas y ocupan un rol distinto a la familia (Fiske, 1989). Para Brummett (1994) los centros comerciales son instrumentos retóricos de la cultura capitalista, textos pomposos gigantes que hacen que la gente se convierta en el tipo de consumidores que fortalecen al capitalismo³.

Para Ferrero (2006) los grandes centros comerciales se pueden identificar como un lugar de encuentro y de entretenimiento. Por otra parte, de acuerdo a los postulados realizados por Taylor (1999) los centros comerciales son como los palacios modernos del nuevo siglo XX.

El comercio organizado ofrece la flexibilidad y el servicio característicos de las pequeñas tiendas y la logística de las grandes organizaciones, y permite la modernización de los pequeños comerciantes, como a su vez su eficiencia, su productividad y competitividad (Libro Blanco del Comercio, 1999).

De acuerdo con las políticas establecidas por el Libro Verde del Comercio (1996) la competitividad de las pequeñas y medianas empresas comerciales (PYMES) está en trabajar de una manera más asociada dando facilidad para establecer redes de forma cooperativista y voluntaria.

² Christian Jacquiau relata la gran distribución: la globalización del modelo Francés en el libro Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impacto y alternativas por Montagut y Vivas, (2007) pág. 47-57.

³ Estos dos autores son mencionados dentro de los aportes realizados en el marco estadounidense y europeo citado por Cornejo (2006).

Una de las alternativas estratégicas para que el pequeño comercio continúe en funcionamiento está en fomentar al comerciante para que no sólo se asegure su supervivencia sino el éxito a medio y largo plazo, para este fin, debe establecer tres principios generales que son: La especialización, la integración y la asociación (Burruezo, 2003).

Un centro comercial de barrio con suficiente vida suele funcionar también como centro cultural de la comunidad, confiriendo así al comercio una importante función de cohesión social. Las tiendas, grandes o pequeñas, dan vida a los centros de las ciudades y frenan la creciente tendencia a la desertificación urbana. (Libro Verde de Comercio, 1996).

En el primer Congreso Europeo de Comercio y Ciudad (1999) se plantean las soluciones para mejorar el marco ciudadano en el que se desarrolla el comercio y para reforzar el papel que tiene como generador de empleo y como actividad básica para el mantenimiento de la vida social y urbana⁴.

Los modelos pioneros establecidos a nivel mundial sobre los centros urbanos se ubican en los Estados Unidos, denominados Business Improvement Districts (BID)⁵, estos plantearon que las organizaciones privadas sin ánimo de lucro establecen recargos sobre las propiedades comerciales en zonas delimitadas, brindando actividades de servicios que requiere el área definida.

A nivel europeo el modelo de Bélgica L'Association du Management de Centre-Ville ⁶ establece que los centros urbanos se orientan en el desarrollo y la gestión de la revitalización de los centros de las ciudades con un protagonismo conjunto y asociado entre el sector público y privado, con el fin de establecer acciones comunes y coordinadas.

⁴ 19 medidas de actuación establecidas para mejorar el comercio en la ciudad “declaración de Málaga”.

⁵ Centros urbanos en EEUU <http://www.bids-scotland.com/>

⁶ Modelo del Bélgica <http://www.amcv.be/>

En el caso Español el modelo que se está empleando de los centros comerciales urbanos es más allegado al modelo del Reino Unido donde destaca la participación activa de la administración pública, sector comercial, asociaciones cívicas, servicios públicos y sector servicio (Orden, 26/01/1998).

3. LOS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS DE ANDALUCÍA

La aparición de grandes superficies en el Estado español se debe en gran parte a las empresas como Carrefour, Mercadona, Eroski, Auchan-Alcampo junto con Ahold, el Corte Inglés, Caprabo y Lidl que comercializan más del (80%) de todos los bienes dejando al pequeño comercio un (15%) (Joensen y Dahlmand, 2003; Opciones, 2004)⁷ De acuerdo a la Ley de Comercio Interior de Andalucía (1996)⁸ el concepto de gran superficie comercial es planteada como una actividad comercial minorista que posee una superficie útil superior a 1.000, 1.300 y 2.500 metros cuadrados de acuerdo a los habitantes de cada municipio, ello genera un marco de la libertad de empresa y la libre competencia.

Dentro de la comunidad autonómica de Andalucía⁹, la estrategia de que un centro comercial de barrio con suficiente vida suele funcionar también como centro cultural de la comunidad, aportando una función de cohesión social y proporcionando a su vez una vida propia, evitando la tendencia de la desertificación urbana¹⁰.

Para la Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía (CECA) un centro comercial abierto es una fórmula comercial con una imagen y estrategia propia de todos los agentes económicos implicados en un área delimitada por la ciudad con una concepción global de oferta comercial, servicios, cultura y ocio¹¹.

⁷ Estos autores son citados por Albert Ferré en la pág. 130 del libro supermercados, no gracias/grandes cadenas de distribución: impacto y alternativas por Montagut y Vivas (2007).

⁸ Ley de Comercio Interior de Andalucía 1996 literal 6 título IV Grandes Superficies Comerciales.

⁹ Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla.

¹⁰ Orden 26 de Enero de 1998 I. Plan Integral de Fomento del Comercio Interno de Andalucía 1998-2001.

¹¹ Los centros comerciales abiertos <http://www.cecacomercio.org/index.php/ccas>. fuente: CECA (2010).

Un centro comercial abierto de Andalucía es aquella forma de organización comercial donde todos los agentes económicos, que en el ámbito del comercio interior, estén implicados en una área urbana delimitada, con una tradición en la zona, que cuenta con una imagen y estrategia propia donde comparten una concepción global de oferta comercial, servicio, cultura y ocio, así como una única unidad de gestión y comercialización (Orden, 07/05/2010).

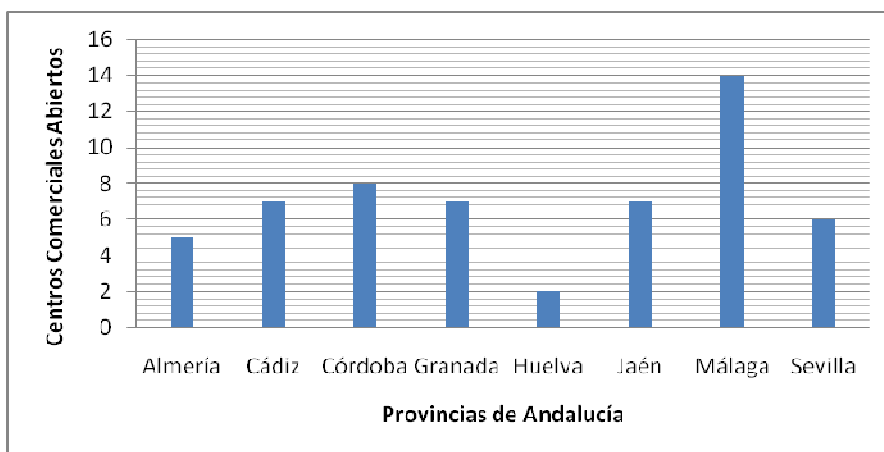
Desde el punto de vista de la Dirección General de Comercio (2007) la representación más idónea y capaz de garantizar la consolidación de los comercios urbanos, es mediante el proyecto denominado centros comerciales abiertos, donde se incorpora una fórmula aceptada entre el Ayuntamiento y las Asociaciones de comerciantes.

La apertura del marco de la consolidación de los centros comerciales abiertos (CCA) empieza con la implementación de criterios para la evaluación de las entidades encargadas de su desarrollo, estas son enmarcadas por la Junta de Andalucía en un contexto de homogenizar el formato comercial, en ella establece ocho bloques estructurados que son los siguientes: recursos, gestión, servicios generales ofrecidos, imagen y comunicación, negociaciones y acuerdos específicos, fidelización de clientes, campañas de promoción conjuntas y urbanismo comercial¹².

En consonancia a las distintas capitales de provincia establecidas en Andalucía los (CCA) se han evaluado en el año 2007 en un esfuerzo de consolidar el formato de unificación del pequeño y mediano comercio por medio de las asociaciones de comercio (Véase grafico N°1).

¹² Consolidación de los Centros Comerciales Abiertos en Andalucía pág. (46-47) 56 asociaciones de comerciantes que han implantado los CCA en primera generación (Dirección General de Comercio, 2007).

Grafico 1. Los Centros Comerciales Abiertos Existentes en la Comunidad Autónoma de Andalucía Evaluación de Primera Generación 2007.



Fuente: Elaboración Propia, basada en la evaluación de la consolidación de los (CCA) 2007.

Los (CCA) están clasificados en cuatro tipologías distintas denominadas de la siguiente manera: A) con una población superior a 100.000 habitantes; y/o con más de 500 comercios; B) en municipios entre 25.000 y 100.000 habitantes con un número de establecimientos entre 300 y 500 comercios; C) con una población entre 10.000 y 25.000 habitantes donde se congregan 150 y 300 establecimientos comerciales; y, D) con una población inferior a 20.000 habitantes y a nivel comercial no sobrepasan a 150 establecimientos comerciales (Dirección General de Comercio, 2007).

El reconocimiento como (CCA) de Andalucía es abordado por la orden del 07/05/2010¹³ en la que se establecen los siete requisitos necesarios para que las asociaciones de comerciantes existentes en el territorio autonómico presenten su inscripción y al mismo tiempo adquieran su homologación oficial.

En la puesta de unificar a los proyectos de los centros comerciales urbanos se ha puesto en escena una red de centros comerciales abiertos de Andalucía que intenta aglutinar a aquellas asociaciones de comerciantes que han apostado por revitalizar los

¹³ La orden es publicada por el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía; Sevilla, 19/05/2010, artículo nº3, pág. 6.

centros urbanos, estos se han empezado a asociar voluntariamente y han alcanzado un total de 17 (CCA)¹⁴.

Otra forma de asociacionismo en Andalucía es la existencia en cada provincia de una federación de comercio que ayuda a dinamizar el contenido de los centros comerciales abiertos, potenciando las políticas de consolidación, asociacionismo y participación en todo el territorio andaluz (Véase tabla nº 1)¹⁵.

Tabla 1. Federaciones Provinciales de Andalucía

Capitales de Provincia	Asociaciones Territoriales	Acrónimo	Ubicación Internet
Almería	Federación de comercio de Almería	ASEPAL	www.asepal.es
Cádiz	Federación de comercio de la provincia de Cádiz	FEDECO	www.fedeco.com
Córdoba	Federación provincial de comercio de Córdoba	Comercio Córdoba	www.comerciocordoba.com
Granada	Federación provincial de empresarios y autónomos de comercio de Granada	Comercio Granada	www.comerciogranada.com
Huelva	Federación empresarios del comercio de Huelva	ASEMCO	www.asemco.net
Jaén	Federación Empresarial Jiennense de comercio y servicio de Jaén	Comercio Jaén	www.comerciojaen.com
Málaga	Federación de Comercio de Málaga	FECOMA	www.fecoma.com
Sevilla	Federación Provincial de comercio y servicios de Sevilla	APROCOM	www.aprocom.org

Fuente: Elaboración Propia

La globalización comercial de la economía esta conllevando a que el pequeño comercio tienda a desaparecer y la necesidad de buscar alternativas que ayuden a fortalecer el concepto de asociacionismo están llamando la atención a una mayor participación ciudadana. En este sentido, la participación ciudadana es un concepto

¹⁴ Red de Centros Comerciales Abiertos de Andalucía (2010) los 17 CCA están divididos en las siguientes provincias (Dos en Huelva, tres en Sevilla, dos en Córdoba, cuatro en Cádiz, tres en Málaga, uno en Jaén y dos en Granada). Existen asociaciones de comerciantes que no están integradas a esta red, pero cuentan con la aplicación de un CCA.

¹⁵ Las federaciones territoriales de Andalucía aglutinan en gran parte todos los colectivos comerciales existentes, en especial a las asociaciones empresariales de una manera voluntaria, cabe explicar que algunas asociaciones de comerciantes y otros colectivos no están federados. <http://www.cecacomercio.org/index.php/asociaciones/asociaciones-territoriales>. fuente: CECA (2010).

regularmente empleado para designar un conjunto de procesos y prácticas sociales de muy diversa índole (Espinosa, 2009).

La aparición en múltiples ciudades españolas de las asociaciones de comerciantes minoristas que mediante la creación de una marca común y la puesta en marcha de diferentes medidas de promoción, pretenden revitalizar el comercio tradicional de los centros urbanos asumiendo una competencia con las grandes superficies y adoptando sus mismas estrategias, esto está generando una táctica que ayuda a que el pequeño comercio se organice y genere su propia alternativa (Escudero, 2008).

Dentro de la protección de los centros urbanos el tercer plan integral de fomento del comercio interior de Andalucía en el año (2006)¹⁶ plantea en sus objetivos estratégicos la defensa de un modelo comercial que potencie la vertebración de las ciudades y pueblos de Andalucía, la competitividad de las empresas comerciales, en especial las pequeñas y medianas, prestando especial atención a las áreas rurales y a los fenómenos de concentración urbana, de modo que contribuya a impulsar la segunda modernización de Andalucía.

En España hay 36.034¹⁷ empresas de economía social de las cuales 18.416 pertenecen a las cooperativas y 17.618 están en las sociedades laborales, estos datos plantean que Andalucía es la comunidad autónoma con 8.946 empresas de economía sostenible alcanzando el primer lugar en el ranking.

Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) publicado por el Instituto Nacional de Estadística a 1 de enero de 2009 el número total de empresas a nivel nacional es de 3.355.830 su distribución por sectores es de la siguiente manera: Industria 243.729 obteniendo un (7,3%); Construcción 441.956 consigue un (13,20%); Comercio 830.911 alcanza un (24,70%) y Resto de servicios 1.839.234 con un (54,80%).

¹⁶ Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (2006) III plan integral periodo (2007-2010).

¹⁷ Los datos estadísticos son de Empresas de Economía Social por Comunidades y fórmula jurídica, establecida en el 2º trimestre de 2010. Para Andalucía la conformación está para las cooperativas en 4.643 y para las sociedades laborales es de 4.253 fuente: Cepes (2010) pág. 30.

Por otra parte las empresas según su forma jurídica (sociedades anónimas, de responsabilidad limitada, sociedades colectivas, sociedades comanditarias, sociedades cooperativas, personas físicas y otras formas jurídicas) es de 3.355.830 total nacional de las cuales 510.072 se encuentran en Andalucía obteniendo un (15,20%) (Véase tabla N°2).

Tabla 2. Empresas de Condición Jurídica en Andalucía 2009

	Total	S. Anónimas	S. Responsabilidad Limitada	S. Colectivas	S. Comanditarias	Comunidades de Bienes	S. Cooperativas	Asociaciones y otros tipos	Organismos Autónomos y otros	Personas Físicas
Nacional	3355830	109330	1140820	306	85	114831	23483	164284	8794	1793897
Andalucía										
Almería	43501	804	15359	1	2	1310	561	1100	63	24301
Cádiz	62817	1071	18799	2	0	1624	501	2079	216	38525
Córdoba	48979	941	14754	1	0	2320	628	1768	164	28403
Granada	60016	904	18044	1	0	2844	583	1236	190	36214
Huelva	26783	518	8536	1	0	783	364	883	68	15630
Jaén	36557	455	8540	2	0	2064	683	588	114	24111
Málaga	113362	2193	42156	7	10	884	748	6561	172	60631
Sevilla	118057	2501	38927	12	1	1074	1325	8841	316	65060

Fuente: Elaboración Propia, Basada en los datos del Ine 2009.

En los datos expuestos por la CECA (2010) plantea que en España el sector comercio supone en la actualidad alrededor de un (14%) de P.I.B., el (16%) del empleo y el (30%) de las empresas, esto se debe en gran parte a los esfuerzos que hace el sector comercial de las Pymes.

De acuerdo al informe efectuado por el Ministerio de Industria y Comercio (2010) el número de empresas a 1 de enero de 2009 es de 3.350.972 de estas, el (52,69%) son empresas sin asalariados, el (41,79%) tienen entre 1 y 9 asalariados, el (99,88%) son PYME, y sólo el (0,12%) poseen 250 o más asalariados (grandes). Es decir, casi el total del universo empresarial español (3.346.903 unidades productivas) está constituido por pequeñas y medianas empresas (PYME).

4. EL CASO MARACENA-GRANADA

La ubicación geográfica donde se encuentra la localidad de Maracena es la siguiente: esta se halla dentro de la provincia de Granada, situada en la comarca de las Vegas de Genil, subcomarca de las Vegas Altas¹⁸.

Su extensión territorial es de 4,9¹⁹ kilómetros cuadrados, el número de habitantes según la población total a 1 de enero de 2009 es de 20.815 datos elaborados por el Instituto de Estadística de Andalucía, en cuanto a la economía encontramos que los establecimientos con actividad económica son de un total de 1.422.

Los criterios que describen la composición de las empresas por su número de trabajadores establecidos en la Unión Europea de acuerdo a la comisión del año 2003 son las siguientes: Microempresa si posee 10 o menos trabajadores; Pequeña empresa si posee un número entre 11 y 50 trabajadores; Medianas empresas si tienen un número entre 51 y 250 trabajadores; Gran empresa si posee más de 250 trabajadores; y, la Multinacional si posee ventas internacionales.

Según el estudio de diagnóstico realizado en el año 2010 dentro del plan de la conciliación de la vida personal, familiar y laboral en Maracena, establecen que la población de las empresas existentes es de 422 establecimientos de comercio; 286 dedicado a actividad inmobiliaria y alquiler; 197 en el sector de la construcción; 142 especializados en la industria manufacturera y 94 desempeñan labores de transporte, almacenamiento y comunicación²⁰.

La Ley 19/77 del 1º de Abril y Decreto 873/77 del 22 del mismo mes, establece en primera forma los derechos de asociación, seguidamente regula las formas donde se

¹⁸ Ayuntamiento de Maracena situación geográfica pág. Web
http://www.maracena.es/index.php?option=com_content&view=article&id=117&Itemid=78.

¹⁹ Instituto de Estadística de Andalucía disponible en la pág. Web
<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima/htm/sm18127.htm>.

²⁰ Instituto Andaluz de la Mujer (2010): Estudio de la Conciliación de la Vida Personal, Familiar y Laboral en Maracena pág. 10-11.

deben archivar los estatutos y su posterior depósito legal. Por otra parte la Constitución Española de (1978) en su articulado 22 reconoce el libre derecho de asociación.

Los intentos por construir un colectivo de participación representativo de los empresarios de la localidad de Maracena son cristalizados el 17 de abril de 1997²¹ donde se funda el colectivo empresarial de la localidad.

La participación ciudadana ha tenido un aumento preponderante y su notable interés de que los ciudadanos obtengan información de la Administración Pública es más latente, esto sucede en la implementación de las nuevas tecnologías y a la aplicación de conceptos como el E-Gobierno que toma un mayor interés posibilitando una nueva alternativa de comunicación y participación por medio de los sitios web (Shi, 2007; Ramón, Ignacio, y Moyano, 2007; Al-Kodmany, 2001).

Un ejemplo establecido en la localidad de Maracena referente a la comunicación y ubicación de las distintas asociaciones instauradas en el municipio, la podemos encontrar en la página web del Ayuntamiento, donde se observa todos los colectivos existentes en dicha ciudad y además la utilización de las nuevas tecnologías dan la capacidad de interactuar con el edil de esta localidad por medio del Internet²².

El intento por generar una alternativa real a la desaparición forzada del pequeño comercio de la localidad de Maracena, es llevada a la práctica por la interacción de la asociación de comerciantes y el Ayuntamiento de esta ciudad. Las ayudas proporcionadas mediante las subvenciones hechas por la Junta de Andalucía establecen la manera de instrumentalizar un estudio de viabilidad que se realiza en el año (2007)²³ dicho estudio, abre la puerta a la implantación de un centro comercial abierto en Maracena.

²¹ Acta fundacional de la Asociación de Comerciantes y Pequeños Empresarios de Maracena.

²² Ayuntamiento de Maracena (2010) listado de asociaciones disponible en pág. web http://www.maracena.es/index.php?option=com_content&view=article&id=70&Itemid=82.

²³ Estudio de Viabilidad del Centro Comercial Abierto de Maracena realizado por la Sociedad de Estudios Económicos de Andalucía (ESECA) (2007) ubicado en <http://www.eseca.es/Trabajos.asp>, el estudio se encuentra en la asociación de comerciantes de Maracena.

El funcionamiento compartido de los (CCA) por la Administración local y las asociaciones empresariales, en nuestra opinión, generan una alternativa oportuna y opcional para tratar de implementar nuevas formas de competencias que permite a las pequeñas y medianas empresas mantenerse en el mercado y proporcionan a su vez lo que se denomina economía sostenible (Véase grafico N° 2).

Dentro de los criterios establecidos por la Junta de Andalucía expuestos en la matriz de requisitos de los centros comerciales abiertos de segunda generación se establecen 12 aspectos nuevos para la evolución de la consolidación de (CCA)²⁴.

Para medir la capacidad del centro comercial abierto de Maracena hemos realizado la tabulación de los 34 criterios señalados por la Junta de Andalucía y los hemos presentado en un auto cuestionario para su eventual evaluación.

Grafico 2. La Estructura de los Centros Comerciales Abiertos



Fuente: CECA

Como criterio de justificación, hemos querido que este auto cuestionario sea contestado por un representante válido de esta asociación y posteriormente será contrastado por las publicaciones hechas en algún medio de información ya bien sea televisión, radio, periódico, revista, página web o otros, nuestro interés por estos medios de comunicación es para saber si los actos realizados por esta asociación son transmitidos al público en general.

²⁴ Dirección General de Comercio (2007) pág. 46-47.

En cuanto a los porcentajes de evaluación hemos decidido establecer a cada sector un (12.5%) para cuantificar cada segmento y poder identificar cuales puede ser sus fortalezas y cuáles son sus debilidades en el desarrollo del centro comercial abierto de Maracena.

Frente al factor de gestión 2.2 (dedicación del gerente) hemos decidido que si el gerente es de tiempo completo, se le dará una puntuación de (6,25%) de lo contrario se dividirá entre dos obteniendo el (3,125%) y para el factor 8.1 urbanismo comercial en el segmento (tiene señalización comercial el CCA) este está dividido en siete fragmentos cada uno equivaldrá a (0,446%).

En la actualidad, la construcción del proyecto del centro comercial abierto de Maracena se encuentra de la siguiente forma, cumpliendo con los siguientes criterios de segunda generación para su evaluación:

1. En el factor de recursos cumple con lo siguiente: (disposición de una oficina, representatividad % de socios, normas de calidad UNE 175001-1, registro de comercios y financiación por parte del empresario-cuotas (5 de 7)).
2. En el factor de gestión cuenta con la (presencia de un gerente, medio tiempo (1,5 de 2)).
3. En el factor de servicios generales ofrecidos tiene (publicaciones periódicas internas (boletines, revistas), asesoramiento general al asociado (fiscal, laboral) y jornadas y seminarios (3 de 4)).
4. En el factor de imagen y comunicación posee (manual de imagen corporativa y la aplicación de la imagen (2 de 4)).
5. En el factor negociaciones y acuerdos específicos destacan (acuerdos con entidades financieras y acuerdos con el ayuntamiento de la localidad (2 de 5)).
6. En el factor de campañas de promoción conjunta realizan (campañas periódicas, campañas ocasionales, publicidad en medios de prensa escrita, radio y televisión (3 de 4)).
7. En el factor de acciones de fidelización hacen (bonos, regalos, sorteos concursos... (1 de 4)).

8. En el factor de urbanismo comercial posee (aparcamiento para los clientes de CCA, funcionalidad comercial de la trama urbana y normalización de elementos del mobiliario urbano (3 de 4)) (véase anexo nº1)²⁵.

De los ocho sectores establecidos por la Junta de Andalucía que comprenden (34)²⁶ aspectos de consolidación según la matriz de los centros comerciales abiertos de segunda generación, la asociación de comerciantes de Maracena cumple con un (60,80%) de los criterios de selección.

En los factores establecidos anteriormente, el centro comercial abierto de Maracena presenta por sectores los siguientes porcentajes: en el factor de gestión alcanza un (75%), seguido por el sector de servicios generales ofrecidos que adquiere un (75%), en tercera posición se encuentra las campañas de promoción conjunta con un (75%), continuamos con el factor de urbanismo comercial que recibe un (75%), el factor de recursos obtiene un (71,42%), en sexto lugar el factor de imagen y comunicación consigue un (50%), posteriormente en la sección de negociaciones y acuerdos específicos logra un (40%) y finalmente el sector de acciones de fidelización alcanza un (25%).

Podemos mencionar los avances obtenidos en el factor de urbanismo comercial reflejadas en la modernización del casco histórico y sus adecuaciones e inversiones realizadas en esta ciudad, demostrados en el cumplimiento de los ítems 8.2, 8.3 y 8.4 logrando un (75%). Por otra parte, en el factor 8.1 destinado a la señalización, no se encontró ninguno de los siete fragmentos establecidos en este apartado.

Frente a los resultados obtenidos en el epígrafe de gestión, podemos analizar el ítem 2.1 que se relaciona con la contratación de un gerente a disposición de la asociación, este criterio alcanzado un (50%) del total y referente al aspecto 2.2 dedicación que realiza este mismo, el cumplimiento de este requisito es de tan solo un (25%).

²⁵ Estos datos fueron contestados el 16/04/2010 por el gerente de Acopema y justificados con las diversas publicaciones existentes, revista del comercio de Maracena vol. (0, 1, 2, 3 y 4), periódico Maracena noticias vol. (32) y periódico ciudad de Maracena vol. (16).

²⁶ Orden 07/05/2010 Reconocimiento como CCA de Andalucía, pág.12-13.

En el apartado relacionado con las negociaciones y acuerdos específicos hay que mencionar que solo se cumplen con los criterios 5.1 y 5.3 que tratan sobre los convenios alcanzados con entidades financieras y con el ayuntamiento de la localidad, estos dos aspectos logran un (40%).

En el factor de acción de fidelización de clientes solo encontramos la implantación del ítem 7.3 que hace referencia a los bonos, regalos, sorteos, concursos... que organiza la asociación alcanzando un (25%).

En cuanto al auto cuestionario contestado por la asociación de comerciantes de Maracena y contrastado mediante los mecanismos de información establecidos, el (CCA) de esta localidad posee (20,5) ítems, quedando por cumplir (13,5) criterios para obtener la consolidación de este proyecto.

5. CONCLUSIONES

La construcción de un nuevo mecanismo como son los (CCA) orientados en la recuperación de los entornos comerciales urbanos de cada municipio o ciudad conjugados con la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y de la telecomunicación, ponen en el tapete los elementos necesarios para que los colectivos asociativos empresariales puedan incorporarse y consolidarse con una mayor competitividad en el mundo empresarial.

La alternativa empresarial de contar con el asociacionismo colectivo está adquiriendo un papel preponderante en la Comunidad Autónoma de Andalucía dado que hay 103²⁷ asociaciones empresariales que están implementando el concepto de (CCA).

Los (CCA) tienen la capacidad de ofrecer fórmulas colectivas que potencian y dinamizan al comercio tradicional generando nuevos mecanismos de financiación que a su vez ayudan a minimizar los costos en las distintas campañas conjuntas.

²⁷ Dirección General de Comercio (2007) ranking de gestión de las entidades gestoras pág. 14-17.

En cuanto a la consolidación de los (CCA) en Andalucía podemos deducir que son todavía muy pocos los que han logrado fortalecerse, ya que el número establecido por la Red de (CCA) de Andalucía oscilan entre 17.

Por otra parte, vemos necesario que el concepto de Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial debe ser incorporado y tenido en cuenta como un indicador estratégico dentro en los parámetros que debe poseer todo (CCA) ya que esto proporciona la necesidad de recuperar las normas y valores que debe tener una sociedad comercial del siglo XXI.

En cuanto a la experiencia de la participación y emprendimiento de la Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios de Maracena en la implantación de un centro comercial abierto en esta ciudad, podemos decir que esta iniciativa presenta un importante desarrollo a nivel de infraestructuras, recuperando las zonas comerciales, adquiriendo una mayor movilidad en la ciudad, modernizando al comercio tradicional y estableciendo las nuevas tendencias que demandan los ciudadanos.

No podemos olvidar, que frente a los resultados obtenidos debemos mencionar que es necesario sostener los criterios ya alcanzados y potenciar el cumplimiento de los demás factores señalados, ya que así, la asociación de comerciantes de Maracena podrá alcanzar la consolidación del proyecto del (CCA) con la normativa establecida.

Es fundamental que en el territorio andaluz y a nivel nacional se continúe potenciando el desarrollo de los (CCA) con el resorte y apoyo de la Administración Pública, ya que esta opción brinda al pequeño y mediano comercio tradicional una protección real y a su vez proporciona los mecanismos oportunos para un mayor desarrollo.

Debemos indicar que los (CCA) ayudan a su vez a evitar la desertificación constante del pequeño comercio, ya que la gran amenaza que suscita la proliferación de las grandes superficies y su mercado global, ponen en alerta a los nichos de mercados

tradicionales dejando latente que este factor termina siendo determinante en esa constante destrucción y desaparición del pequeño comercio.

Podemos recomendar que las futuras líneas de investigación se orienten a realizar estudios comparativos con otras comunidades autonómicas para evaluar y medir cuántas asociaciones de comerciantes incorporan y promueven el concepto de (CCA) como una nueva iniciativa del emprendimiento colectivo.

BIBLIOGRAFÍA

- AL-KODMANY, K. (2001). "Online Tool for Public Participation", *Government Information Quarterly*, vol. 18, pp. 329-341.
- AUCOIN, P. (1990). "Administrative Reform in Public Management Paradigms, Principles, Paradoxes, and Pendulums, *Governance*, vol. 3, num 2, pp. 115-137.
- AYUNTAMIENTO DE MARACENA (2010). Información Municipal. Maracena [en línea] disponible en www.maracena.es [30/04/2010].
- BENITO, H.S. (2009). "El Papel de las Microempresas en el Desarrollo Económico Regional: Las Redes de Cooperación Empresarial en España" *Revista de Estudios cooperativos (REVESCO)*, núm. 99, p.31-59, disponible en: <http://www.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%2099.2%20Sonia%20BENITO%20HERNANDEZ.pdf> [01/07/2010].
- BURREZO, G. J. C. *La Gestión Moderna del Comercio Minorista/Enfoque Práctico de las tiendas de éxito*: Esic, Madrid. Segunda edición, 2003 (84-7356-334-4).
- CEPES (2010). Avance Económico. Andalucía, disponible en http://www.cepes-andalucia.es/fileadmin/media/docs/Avance_Economico/AvanceEcon%F3mico47%20para%20web.pdf [30/04/2010].
- CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCÍA (2010). El portal del Comercio Andaluz. Sevilla, [en línea] disponible en <http://www.cecacomercio.org>.
- CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE (2006). Orden 12/12/2006 III Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía periodo 2007-2010.

- Sevilla, [en línea] disponible en http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/export/sites/ctcd/archivos/comercio/planificacion/1123_128_iii_plan_integral_fomento_comercio_interior_2007_2010.pdf. [30/04/2010].
- CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA. Biblioteca de Legislación Serie Menor. Primera edición. Madrid: Civitas. 1978 (84-7398-417-X).
- I CONGRESO EUROPEO DE COMERCIO Y CIUDAD (1999). Declaración de Málaga, Torremolinos Málaga, [en línea] disponible en <http://www.pateco.org/documentacion/Declaracion%20de%20Malaga%201999.pdf> [30/04/2010].
- COMERCIO DE MARACENA/Revista Acopema. Nº. 0 (Mayo, 2007). Maracena: Acopema, 2007. 4-10 p. Trimestral. D.L. GR/1157-2007.
- COMERCIO DE MARACENA/Revista Acopema. Nº 1 (Octubre, 2007). Maracena: Acopema, 2007. 4-12 p. Trimestral. D.L. GR/1157-2007.
- COMERCIO DE MARACENA/Revista Acopema. Nº. 2 (Enero, 2009). Maracena: Acopema, 2009. 4-11 p. Trimestral. D.L. GR/1157-2009.
- COMERCIO DE MARACENA/Revista Acopema. Nº. 3 (Abril, 2009). Maracena: Acopema, 2009. 2-11 p. Trimestral. D.L. GR/1157-2009.
- COMERCIO DE MARACENA/Revista Acopema. Nº. 4 (Julio, 2009). Maracena: Acopema, 2009. 2-11 p. Trimestral. D.L. GR/1157-2009.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2003). Recomendación de la comisión, Definición de la Microempresas, Pequeñas y Medias empresas. Bruselas, [en línea] disponible en http://ec.europa.eu/enterprise/consultations/sme_definition/consultation2/153_sme_definition_25_6_2002_pp1_10_es.pdf. [30/04/2010].
- CORNEJO, P. I. (2006). El centro comercial: un espacio simbólico urbano más allá del lugar común. Unirevista: vol. 1, nº 3, pp. 1-30 [27/04/2010] Disponible en Internet: http://www.alaic.net/ponencias/UNIrev_Portugal.pdf. (1809-4651).
- CLARKE, T. (1984). "Alternative Modes of Co-operative Production", *Economic and Industrial Democracy*, vol. 5, pp. 97-129.

- DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO. Consolidación de los Centros Comerciales Abiertos en Andalucía. nº 1. Sevilla: Junta de Andalucía Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. 2007, (SE-6037-07).
- ESCUADERO, G. L. A. *Los Centros Comerciales, Espacios Postmodernos de Ocio y Consumo*. (Monografías 56), Cuenca: ediciones de la Universidad de Castilla- La Mancha, 2008. (978-84-8427-625-8).
- ESPAÑA. *Ley 19/1977, de 4 de Abril*, Jefatura del Estado. Boletín Oficial del Estado, 4 de Marzo de 1977, núm. 80, p. 7510-7511.
- ESPAÑA. *Real Decreto 873/1997, de 22 de Abril*, Jefatura del estado. Boletín Oficial del Estado, 28 de Abril de 1977, núm.101, p 9168-9169.
- ESPAÑA. *Orden de 7 de Mayo de 2010*, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, 19 de Mayo de 2010, núm. 96, p.6-13.
- ESPAÑA. *Ley 1/1996, de 10 de Enero, del Comercio Interior de Andalucía*, Junta de Andalucía. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, 18 de enero de 1996, núm. 7, p. 536-546.
- ESPAÑA. *Orden de 26 de Enero de 1998, I Plan Integral de Fomento de Comercio del Comercio Interior de Andalucía 1988-2001*, Consejería de Trabajo e Industria. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, 10 de marzo de 1998, núm. 27.
- ESPINOSA, M. (2009). “La Participación Ciudadana como una Relación Socio-Estatal Acotada por la Concepción de Democracia y Ciudadanía”, *Andamios: revista de investigación social*, vol. 5, núm. 10, pp. 71-109.
- FERRERO, M. I. *La Mano Invisible al Descubrimiento la Economía de Mercado*. España: Donalson, 2006, (2005. 84-96437-29-9).
- HOOD, C. (1991). “A Public Management for all Seasons?”, *Public Administration*, vol. 69, No. 1, pp. 3-19.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2009). Empresas por provincia y condición jurídica, Origen, España [en línea] disponible en <http://www.ine.es/jaxiBD/menu.do?type=db&divi=dir&his=0&L=0>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2009). Movimientos en el DIRCE a 1 de Enero de 2009, Origen, España [en línea] disponible en <http://www.ine.es/daco/daco42/dirce/dirce09.pdf>.

- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (2010). Granada/Datos Básicos 2010. Sevilla: Consejería de Economía y Hacienda/Delegación Provincial de Granada (1579-0045).
- INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER (2010). La Conciliación de la Vida Personal, Familiar y Laboral en Maracena/Un Diagnóstico basado en Cuestionarios, Ayuntamiento de Maracena, [en línea] disponible en <http://www.maracenaconcilia.com/files/estudio.pdf>.
- JAMALI, D., SAFIEDDINE, A.; RABBATH, M. (2008). "Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Synergies and Interrelationships", *Corporate Governance*, vol. 16, num. 5, pp. 443-459.
- KOLK, A.; PINKSE, J. (2009). "The Integration of Corporate Governance in Corporate Social Responsibility Disclosures", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, (www.interscience.wiley.com) DOI: (10.1002/csr.196).
- LINARES, H. J. Acopema: La Nueva Concejalía de Comercio Trabaja Activamente con los Empresarios Maraceneros. En: Maracena Noticias, Maracena: (Julio-Agosto, 2007), Nº 32, p. 15.
- LIBRO BLANCO DEL COMERCIO (1999). Comisión Europea. Bruselas, [en línea] disponible en http://www.portaldelcomerciante.com/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/Libro_BLANCO_Comercio.pdf. [06/04/2010].
- LIBRO VERDE DEL COMERCIO (1996). Comisión de la Comunidades Europeas. Bruselas, [en línea] disponible en <http://www.portaldelcomerciocl.m.com/legislacion/europea/Libro%20Verde%20de%201996.pdf>. [06/04/2010].
- LIBRO VERDE (2001). Comisión Europea: "Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas". Bruselas, [en línea] disponible en <http://www.jussempier.org/Inicio/Recursos/Actividad%20Corporativa/Resources/Libro%20verde.pdf> [06/04/2010].
- MARTÍNEZ, C. A. *La Gobernanza Hoy 10 Textos de Referencia*, Madrid: Ministerio de Administración Pública, Instituto Nacional de Administración Pública, 2005, (84-7351-239-1).

- MARTÍNEZ, C. L. Comercios: Renovado el Convenio entre Comercio y Acopema. En Maracena Ciudad, Maracena: (Marzo, 2010), N°16, p. 5.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2010). Estadísticas PYMES Evolución e Indicadores. Madrid, [en línea] disponible en <http://www.ipyme.org/Publicaciones/ESTADISTICAS-PYME2010.pdf>.
- MONTAGUT, X.; VIVAS, E. *Supermercados, No Gracias. Grandes Cadenas de Distribución: Impacto y Alternativas*. Barcelona: Icaria editorial, s.a., 2007, (978-84-7426-917-8).
- MOLINILLOS, J. S. *Centros Comerciales de Área Urbana*: Esic, Madrid. 2002 (84-7356-308-5).
- RAMÓN, J., IGNACIO, J.; MOYANO, M. (2007). “Understanding the evolution of e-government: The influence of systems of rules on public sector dynamics”, *Government Information Quarterly*, vol. 24, pp. 266-290.
- RED DE CENTROS COMERCIALES ABIERTOS DE ANDALUCÍA (2010). Los CCA en Andalucía, Sevilla, [en línea] disponible en <http://www.comercioabierto.org/>. [30/04/2010]
- SALVATORE, D. *Microeconomía*. n° 3. México: McGraw-Hill, 1992, (1992. 968-422-995-X).
- SOCIEDAD DE ESTUDIOS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA (ESECA) (2007). Estudio de Viabilidad del Centro Comercial Abierto de Maracena, Maracena. Asociación de Comerciante de Maracena. <http://www.eseca.es/Trabajos.asp>
- SENARCLENS, P. *Crítica de la Globalización*. Romanyá Vall Capellades Barcelona: Ballaterra, 2004, (84-7290-257-9).
- STRYJAN, Y. (1999): Cooperativas, Emprendimientos Colectivos y Desarrollo Local, Buenos Aires, [en línea] disponible en http://www.neticoop.org.uy/IMG/pdf/documentos_22.pdf. [30/04/2010]
- SHI, Y. (2007). “The accessibility of Chinese local government Web sites: An exploratory study”, *Government Information Quarterly*, vol. 24, pp. 377-403.
- TAYLOR, P. J. *Modernities: A Geohistorical Interpretation*. Polity Press, University of Minnesota Press, 1999, (0-7456-2130-9).

TORRES, L. y PIÑA, V. (2004). "Reshaping Public Administration: The Spanish Experience Compared to the UK", *Public Administration*, vol. 82, num. 2, pp. 445-464.

Anexo Nº 1: Criterios de Evaluación Segunda Generación CCA

FACTOR	ACCIONES	RESPUESTA	JUSTIFICACIÓN
1. RECURSOS			
1.1	¿Está constituida su Asociación como CCA?	SI NO	
1.2	¿Tienen oficina para gestionar el CCA?	SI NO	
1.3	Indique el nº de socios adscritos al CCA	Nº Socios	
1.4	Ingresos Propios del CCA por cuotas de Socios	Ingresos propios	
1.5	Otros Ingresos del CCA (excluidas subvenciones)	Ingresos propios	
1.6	Indique cuantos comercios asociados al CCA han obtenido la norma de calidad UNE 175001-1	Nº Comercios certificados	
1.7	Indique cuantos comercios asociados al CCA están inscritos en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de la Junta de Andalucía (RECA)	Nº Comercios inscritos	
2. GESTIÓN			
2.1	¿Dispone de Gerente el CCA?	SI NO	
2.2	¿Qué dedicación tiene el Gerente del CCA?	Completa Parcial	
3. SERVICIOS GENERALES OFRECIDOS			
3.1	Asesoramiento general al asociado, (fiscal, laboral...)	SI NO	
3.2	Celebración de jornadas y seminarios informativos o de formación	SI NO	
3.3	Publicaciones periódicas internas (boletín, circulares...)	SI NO	
3.4	¿Dispone de central de servicios para el asociado?	SI NO	
4. IMAGEN Y COMUNICACIÓN			
4.1	¿Tiene Manual de Imagen Corporativa del CCA?	SI NO	
4.2	¿Utiliza la imagen de marca del CCA? (bolsas, cartelería, regalos, señalización...)	SI NO	
4.3	¿Están identificados los establecimientos como pertenecientes al CCA? (placas, pegatinas...)	SI NO	
4.4	¿Tiene Portal Web el CCA?	SI NO	
5. NEGOCIACIONES Y ACUERDOS ESPECÍFICOS			
5.1	¿Tiene acuerdos con entidades financieras? (Créditos, tipos de interés...)	SI NO	
5.2	¿Tiene acuerdos ventajosos con proveedores para los asociados al CCA? (seguros, telefonía, carburantes...)	SI NO	
5.3	¿Tiene convenios o acuerdos con el Ayuntamiento para el apoyo o fomento del CCA?	SI NO	
5.4	¿Tiene Central de compras para los asociados?	SI NO	
5.5	¿Está el CCA gestionado por un órgano público-privado?	SI NO	
6. CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN CONJUNTA			
6.1	¿Realiza Promoción y Comunicación del CCA para las campañas periódicas como Navidad, Rebajas, Días de...?	SI NO	
6.2	¿Realiza Promoción y Comunicación del CCA en campañas ocasionales como ferias, fiestas...?	SI NO	
6.3	¿Realiza animación comercial en calles para promocionar el CCA? (pasacalles, talleres, tren...)	SI NO	
6.4	¿Realiza publicidad en medios para promocionar el CCA? (prensa escrita, radio, televisión...)	SI NO	
7. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES			
7.1	¿Tiene el CCA tarjeta de fidelización?	SI NO	
7.2	¿Tienen tarjeta propia del CCA? (Crédito o débito)	SI NO	
7.3	¿Realiza acciones de fidelización para clientes del CCA? (bonos-regalos, sorteos, concursos, descuentos...)	SI NO	
7.4	¿Ofrece el CCA servicios adicionales a sus clientes? (Ludoteca, servicio a domicilio, aparcamientos...)	SI NO	
8. URBANISMO COMERCIAL			
8.1	¿Tiene señalización comercial el CCA?		
8.1. A	Directorios comerciales (mupis, marquesinas...)	SI NO	
8.1. B	Elementos de Identificación del CCA (Tótems, monolitos...)	SI NO	
8.1. C	Elementos de señalización de dirección para peatones	SI NO	
8.1. D	Elementos de señalización de dirección para vehículos	SI NO	
8.1. E	Engalanamiento comercial (banderolas, insignias...)	SI NO	
8.1. F	Placas Identificativas del CCA (Calles, comercios...)	SI NO	
8.1. D	¿Están normalizados los bajos comerciales en la delimitación del CCA? (Rótulos, terrazas...)	SI NO	
8.2	¿Existen aparcamientos para los clientes del CCA?	SI NO	
8.3	¿Se han realizado mejoras en la trama urbana del CCA? (peatonalización, semipeatonalización...)	SI NO	
8.4	¿Es homogéneo el mobiliario urbano del CCA? (Bancos, farolas, cont.)	SI NO	

LA CONTRIBUCIÓN DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO AL DESARROLLO LOCAL EN QUERETARO, MÉXICO

POR

Graciela LARA GÓMEZ¹ y
Amalia RICO HERNÁNDEZ²

RESUMEN

A partir de una aproximación teórica y empírica a las empresas sociales y su rol en el desarrollo local, se buscó establecer cómo las cooperativas de ahorro y crédito constituyen una estrategia pertinente para el avance social y económico de las comunidades mexicanas. Para tal efecto se recurrió al método cualitativo utilizando la estrategia de estudio de caso, seleccionando cuatro organizaciones ubicadas en zonas clasificadas como de alta marginación de acuerdo con indicadores oficiales en México. Los casos corresponden a cooperativas fundadas con la participación de miembros de la iglesia católica y cuya actividad financiera ha sido fundamental en el ámbito local en el que funcionan. Los resultados muestran que la organización de cooperativas, la acción voluntaria de sus miembros y en algunos casos el apoyo del Estado, constituyen instrumentos eficaces en la promoción del desarrollo local. Los principales beneficios en favor de los asociados se traducen en el otorgamiento de créditos y de servicios adicionales como becas educacionales y servicios de salud. Pudo constatarse, que con la práctica de los principios y valores del cooperativismo se facilita el trabajo en equipo y los asociados desarrollan habilidades emprendedoras y directivas que los benefician individual y colectivamente mejorando su calidad de vida.

¹ Profesora investigadora de la Facultad de contaduría y Administración. Universidad Autónoma de Querétaro. Dirección de correo electrónico: glara@uaq.mx.

² Profesora investigadora de la Facultad de contaduría y Administración. Universidad Autónoma de Querétaro. Dirección de correo electrónico: amaliarico@yahoo.com.mx.

Palabras clave: comunidades, marginación, estrategia, progreso social y económico.

Claves ECONLIT: O160, R110, P130.

THE CREDIT SAVING COOPERATIVE'S CONTRIBUTION TO THE MEXICAN LOCAL DEVELOPMENT

ABSTRACT

From an empiric and theoretical approach to the social enterprises and its role at the local development, it was sought to establish how the credit and saving cooperatives are a pertinent strategy for the economic and social advance from the Mexican communities. For this purpose the qualitative method was used to utilize the study case strategy; it were selected four organizations located in classified areas as high marginalization according to the official Mexican indicators. The cases are cooperatives founded with the participation from members of the Catholic Church and whose financial activity has being fundamental at their local scope. The results demonstrate that the organization of cooperatives, the voluntary action from his members and in some cases the state support are effective tools at the local development promotion. The main benefits for the members are translated in the grant credits and additional services as educative scholarships and health services. It was verified that with the practice of the principles and cooperatives values facilitate the teamwork and the members develop entrepreneurial skills and directives that individually and collectively benefits them, improving their quality of life.

Keywords: communities, marginalization, strategy, social and economic progress.

1. INTRODUCCIÓN

Para algunos la marginación es estudiada a través de los factores más importantes que conducen a ella, la pobreza (Campoy, 2002); para otros es la marginación el fenómeno que marca el camino hacia la pobreza. Como un fenómeno multidimensional la pobreza representa una privación de naturaleza importante, sus dimensiones se manifiestan por la carencia de ingresos, salud, educación, empoderamiento y condiciones laborales (Goldin y Reinert, 2007); mientras que la marginación es “un fenómeno que se origina en la modalidad, estilo o patrón histórico de desarrollo; que se expresa, por un lado, en la dificultad para propagar el progreso técnico en el conjunto de la estructura productiva y en las regiones del país, y por el otro, en la exclusión de grupos sociales de desarrollo y del disfrute de sus beneficios” (Anzaldo y Prado, 2005: 11).

Poseer una vivienda digna, educación básica, obtener ingresos por trabajo y vivir en una población accesible, son características deseables para los que carecen de lo más elemental. En el informe sobre Índices de Marginación, Anzaldo y Prado (2005) han señalado que la frágil estructura de oportunidades sociales, expone a privaciones, riesgos y vulnerabilidad que quedan fuera del control de los habitantes y cuya reversión requiere de la participación de los actores públicos, privados y sociales.

Para revertir los efectos nocivos de la marginación, el gobierno y otros actores sociales han instrumentado estrategias relacionadas con la creación de empresas sociales, que en su mayoría se han legitimado a través de cooperativas, cuyos integrantes basan sus prácticas en la filosofía cooperativa. Estas organizaciones juegan un papel relevante en el desarrollo local, ya que a través de ellas es posible llevar a cabo actividades para el beneficio de las personas que integran una comunidad, organizándose en torno a la gestión empresarial que no tiene como razón principal la maximización de ganancias, sino la satisfacción de ciertos objetivos económicos y sociales. Su creación y puesta en marcha favorece la inserción social y laboral entre los sectores más desprotegidos, atenuando la marginación y pobreza mediante la producción de bienes o servicios.

México es un país donde viven 107.6 millones de habitantes, está organizado territorialmente en 31 Estados y un Distrito Federal; sus Estados se integran por municipios y éstos por localidades. Se ha estimado que 50.6 millones de mexicanos viven en pobreza de patrimonio, lo que representa el 47.4 por ciento del total de habitantes del país; el 18.2 por ciento es pobre alimentario, esto quiere decir casi 19.5 millones de personas que no tienen posibilidades de adquirir una canasta básica; y el 25.1 por ciento de los habitantes es pobre de capacidades, esto es 26.7 millones de personas, indicando que no cuentan con los recursos mínimos para satisfacer necesidades de alimentación, salud y educación (CONEVAL, 2008).

En el estudio se buscó establecer si las cooperativas de ahorro y crédito³ constituyen una estrategia de desarrollo local pertinente para el avance social y económico de las comunidades mexicanas. Para cumplir con el objetivo, en un primer momento se presenta un marco teórico-conceptual acerca del desarrollo local y las cooperativas, para luego contextualizar la situación que ha prevalecido en las regiones clasificadas como marginadas de acuerdo con indicadores oficiales mexicanos, para luego contrastarlos con la evidencia empírica recabada a través de los casos de estudio, con todo ello fue posible establecer las aportaciones de las cooperativas de ahorro y préstamo al desarrollo local de las comunidades marginadas del Estado de Querétaro, México.

2. UNA VISIÓN TEÓRICA DEL DESARROLLO LOCAL Y DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y PRÉSTAMO

Stiglitz (2006: 49) ha señalado que “la mayoría de nosotros vivirá de manera local: en nuestras comunidades, estados o países. Pero la globalización significa que al mismo tiempo, formaremos parte de una comunidad global”, tal afirmación conduce a reflexionar en que respondiendo a necesidades inmediatas de los participantes y sentando las bases para organizar estrategias de desarrollo, las experiencias más relevantes de empresa social han comenzado como

³ La denominación de las cooperativas de ahorro y crédito de acuerdo con la legislación mexicana es la de cooperativa de ahorro y préstamo. Además se les conoce como cooperativas financieras, cajas de ahorro y préstamo, cooperativas de ahorro y crédito popular o cajas de ahorro. En el presente documento se utilizarán indistintamente las denominaciones cooperativa de ahorro y crédito y cooperativa de ahorro y préstamo.

iniciativas locales en circunstancias sumamente adversas, pero que con el paso del tiempo han trascendido sus fronteras demostrando su eficacia en la solución de problemas comunes.

¿Qué es el desarrollo local? el concepto de *desarrollo* a menudo es confundido con la expresión *crecimiento* que tiene una connotación de tipo cuantitativo relacionado con el incremento de la riqueza. El *desarrollo* incluye al crecimiento (Prévost, 1996; Sanchis, 1999) pero con un enfoque de tipo cualitativo que involucra a la sociedad en su conjunto y que se refiere al incremento del bienestar y al cambio en la estructura económica. Ante los dilemas que se generan como consecuencia de vivir en contextos globalizados, la pobreza es ahora una realidad global que requiere de soluciones locales; en este sentido Arocena (1995) ha señalado que lo *local* se ha concebido como “el remedio universal de todos los males” (p.14) afirmando que su definición no es tarea fácil. En este sentido el Diccionario de la Lengua Española (2001: 1) define a lo *local* como: “perteneciente o relativo a un territorio, a una comarca o a un país”.

Diversos autores como Stiglitz (2006), Lafleur (2005), Sanchis (1999) y Arocena (1995) han evidenciado el renovado interés que se ha suscitado en torno al desarrollo local como una estrategia viable para enfrentar los efectos negativos que han derivado de la globalización y de los modelos económicos dominantes. Prévost (1996) lo define como “un proceso endógeno, emergente que surge de las iniciativas y el dinamismo de las comunidades locales” (p. 29), en su construcción revaloriza las prácticas imaginativas, la iniciativa empresarial, el dinamismo de las comunidades locales, despertando comportamientos innovadores centrados en la responsabilidad, creatividad y el espíritu empresarial. Por su parte, Albuquerque (2004: 170) aporta al debate el concepto de desarrollo económico local definiéndolo como: “un enfoque alternativo al de las políticas asistenciales de superación de la pobreza, y que busca incidir en la generación de empleo e ingresos mediante la mejora de la productividad y competitividad de los diferentes sistemas productivos locales”.

Concibiendo al desarrollo local como un paradigma alternativo Cárdenas (2002) plantea la descentralización político-administrativa como uno de los elementos necesarios para el desarrollo local. En este sentido Prévost (1996) plantea que más que pensar en la descentralización como un proceso político, es necesario establecer las estrategias que

conducirían a la creación y perennidad de un proyecto de desarrollo local lo que involucra la modificación en la cultura, en la mentalidad y en la manera de hacer las cosas.

2.1. Las cooperativas de ahorro y préstamo en el desarrollo local

Las empresas sociales –como las cooperativas– han operando en entornos locales, contribuyendo a la resolución de problemáticas comunes que con el transcurso del tiempo se han convertido en prácticas ejemplares dignas de reproducir, por lo que se reconoce que en los procesos de desarrollo local que involucran la participación de cooperativas, es de importancia central la dimensión identitaria de los socios, pues no sería posible pensar en la existencia de procesos exitosos sin una identidad fuerte que estimule y estructure el potencial de iniciativas de una comunidad (Arocena, 1995).

Las empresas de economía social, otorgan un enfoque innovador al desarrollo local, pues cuentan con una estrategia multidimensional de desarrollo, que amplía la estructura de la economía local y del mercado laboral respondiendo a nuevas necesidades (Noya, 2007). En ellas debe contemplarse la estructuración de un proyecto de desarrollo local, que cuente con la participación de las personas que comparten necesidades comunes, la intervención del Estado como impulsor de una mejor gestión económica, así como la participación de los actores privados y sociales.

Lafleur (2005) destaca la relevancia de la empresa cooperativa, cuya actuación generalmente se ha desplegado en una dinámica local, para luego vincularse al ámbito nacional e internacional mediante actividades de producción y servicios. Muestra de ello son las cooperativas de ahorro y crédito que pueden ser ejemplificadas a través de la fundación de las primeras cooperativas de crédito en Alemania a mediados del siglo XIX como una respuesta ante las nocivas consecuencias de la revolución industrial (DGRV, 2009). Igualmente importantes han sido las experiencias canadienses como la iniciada por Alphonse Desjardins en 1900, quien junto con un grupo de artesanos propuso el combate a la usura, estableciendo la *Caisse Populaire de Lévis*, dedicada al ahorro y crédito. Actualmente Desjardins y Raiffeisen son influyentes grupos financieros cooperativos que compiten con el sector bancario no cooperativo.

2.2. Las cooperativas de ahorro y préstamo en México

Es precisamente de la experiencia canadiense que surgen las cajas populares, como el antecedente más cercano a las cooperativas de ahorro y préstamo mexicanas. No obstante, con anterioridad se habían tenido experiencias poco exitosas, como las que destaca Rojas (1984) quien señala que las cajas de ahorro tuvieron su antecedente en las cajas de comunidades indígenas, que de acuerdo con Jáuregui (2008) fueron creadas con la aprobación del Rey de España a finales de siglo XVIII y principios del XIX. En las cajas se resguardaban los depósitos que hacían los pueblos indios para sus emergencias, con el transcurso del tiempo se cometieron grandes abusos por quienes las administraban y aunque se trató de reorganizarlas fue prácticamente imposible por la cantidad de irregularidades en su administración. Otra de las organizaciones surgidas en el siglo XIX que luego desapareció con la guerra de independencia fueron los pósitos que se fundaron con fines caritativos y que tenía el objeto de socorrer a los indigentes. Entre 1841 y 1846 se crearon sin mucho éxito las cajas de ahorro que sirvieron para apoyar las carencias de los obreros y necesitados. A mediados del siglo XX fueron fundadas por la iglesia católica las cajas populares, que son el antecedente de las actuales cooperativas de ahorro y préstamo.

Para conocer la actualidad de las cooperativas de ahorro y préstamo es necesario contextualizar la situación que prevalece en el sistema financiero mexicano, que de acuerdo con el Banco de México (2010) está integrado por la banca múltiple como el principal intermediario financiero, la que se conforma de 41 instituciones que participan del 50.4 por ciento de los activos totales del sistema. El sector financiero popular se compone de 93 entidades de ahorro y crédito popular autorizadas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), participando con el 0.7 por ciento de los activos del sistema financiero, así como 183 entidades entre las que se cuentan a las uniones de crédito y otras de naturaleza afín que participan con el 0.6 por ciento de los activos totales (Tabla 1).

Tabla 1
Estructura del Sistema Financiero Mexicano

	Número de entidades	Participación de los activos totales (en por ciento)
Banca múltiple	41	50.4
Afores (Administradoras de Fondos para el Retiro) ^{2/}	15	13.4
Operadoras de sociedades de inversión ^{3/}	61	11.4
Instituciones de fomento ^{4/}	10	9.6
Aseguradoras	98	6.2
Casas de bolsa	35	4.1
Sociedades Financieras de Objeto Limitado (Sofoles) y Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (Sofomes) ^{5/}	1,704	3.5
Entidades de ahorro y crédito popular ^{6/}	93	0.7
Otras instituciones financieras ^{7/}	183	0.6

Cifras a junio del 2010

Fuente: Banco de México (2010: 31).

- 1/ Los activos totales de la banca múltiple incluyen a los de aquellas sofomes reguladas que consolidan con el respectivo banco.
- 2/ El conjunto de afores administra un total de 87 siefores.
- 3/ Las operadoras de sociedades de inversión administran en total 524 sociedades de inversión. De las 61 operadoras de sociedades de inversión, 4 son instituciones de banca múltiple, 10 son casas de bolsa y 47 son sociedades operadoras de sociedades de inversión.
- 4/ Incluye a la banca de desarrollo y fideicomisos de fomento.
- 5/ Incluye a las sofoles y sofomes no reguladas, así como aquellas que son reguladas por pertenecer a un grupo financiero. De un total de 23 sofomes regulas, 10 de ellas consolidan sus estados financieros con un banco múltiple, por lo que sus activos aparecen reportados, en el presente cuadro, como parte de los activos de la banca múltiple.
- 6/ Se incluyen en el sector financiero popular a las sociedades de ahorro y préstamo, sociedades financieras populares (sofipos) y sociedades cooperativas de ahorro y préstamo, que a junio del 2010 contaban con autorización de Comisión Nacional Bancaria y de Valores para operar.
- 7/ Incluye: afianzadoras, almacenes de depósito, arrendadoras, casas de cambio, uniones de crédito y empresas de factoraje financiero.

Los datos mostrados parecerían desalentadores, sin embargo debe considerarse que existen organizaciones dedicadas al financiamiento popular con más de cincuenta años de permanencia en el mercado y que se encuentran en proceso de autorización por la CNBV; entre ellas se incluye a entidades como: cooperativas de ahorro y préstamo, sociedades de ahorro y préstamo, cajas solidarias, uniones de crédito y otras entidades sin figura jurídica.

En cuanto a datos estadísticos del sector presentados por el Banco Mundial, se ha estimado que para 2002 se encontraba integrado por 2.6 millones de personas y 1.78 mil millones de dólares en activos, asociados a 657 entidades, entre las que se incluía a 157 cooperativas, 247 cajas populares (en ese entonces sin figura jurídica), así como 210 cajas solidarias que representaban más del 93 por ciento del sector financiero popular (Bansefi, 2002). La mayor presencia en socios de cooperativas de ahorro y préstamo se encuentra en el centro del país, ubicando en primer lugar al Estado de Guanajuato con 692 578, en segundo a Querétaro con 336 577 y en tercer lugar al Estado de Jalisco con 272 565; información reciente de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2010) indica que se cuenta con 488 sociedades autorizadas para operar y que el sector ha crecido más de 6 mil millones de dólares en activos y 6.1 millones de asociados y clientes.

Como parte del proceso de autorización de las cooperativas de ahorro y préstamo, se han establecido en la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (2009) cinco niveles de operación, un nivel básico para cooperativas pequeñas y cuatro más para las que posean más de 3.5 millones de UDIS (Unidades de Inversión) de activos contables. El nivel de operaciones indica la capacidad financiera que una organización tiene para realizar operaciones con terceros y se mide en función del monto de los activos totales y el número de socios (Tabla 2).

Tabla 2

Nivel de operaciones de las cooperativas de ahorro y préstamo

Nivel de operaciones	Activos en UDIS ^{1/}	Monto en miles de dólares de Estados Unidos
Básico	Menos de 2.5 millones	890
I	3.5 millones	1 246
II	10 y 50 millones	Entre 3 560 y 17 801
III	50 y 250 millones	Entre 17 801 y 89 005
IV	Más de 250 millones	Más de 89 005

1/ Se consideró la cotización de la UDI y el dólar al 30 de septiembre de 2010.

Fuente: Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (2009).

Con excepción de las organizaciones del nivel básico, las cooperativas requieren la autorización de la CNBV para llevar a cabo sus operaciones financieras, además deben pertenecer a una federación para que a través de ella se realice la supervisión auxiliar, así como

aportar al fondo de protección que es administrado por la confederación de cooperativas de ahorro y préstamo.

3. LOS OBJETIVOS Y EL MÉTODO DE ESTUDIO PARA EL ANÁLISIS DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y PRÉSTAMO

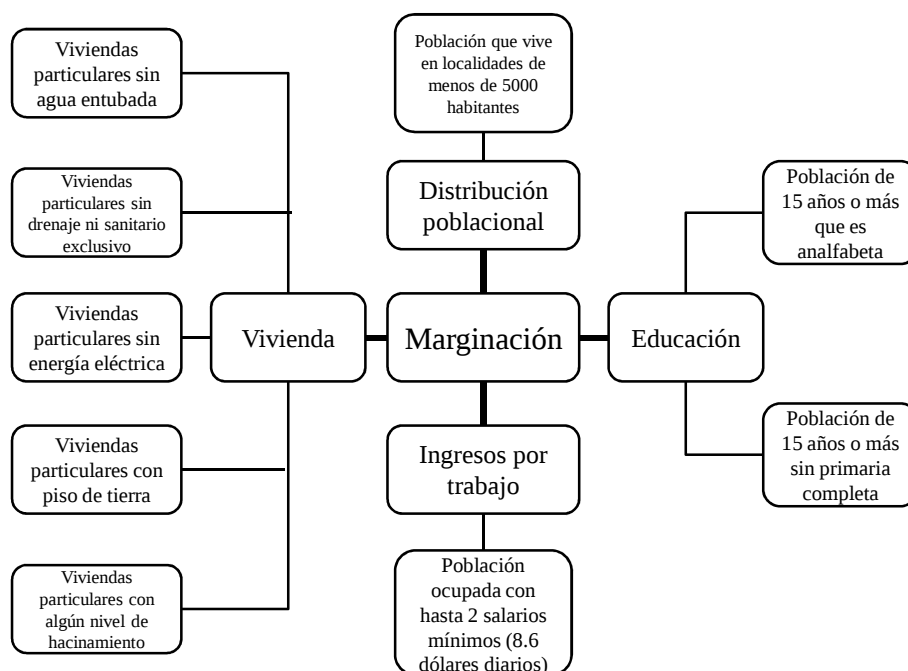
La investigación se efectuó durante los años de 2008 y 2009, a través de un estudio transversal en el que se recurrió a la estrategia metodológica cualitativa de estudio de caso (Yin, 1984). Con el método fue posible realizar un acercamiento holístico a las realidades estudiadas, poniendo énfasis en la comprensión de los datos en el contexto que se presentaron e identificando las interrelaciones que surgieron en cada caso. Por tratarse de una investigación cualitativa no se pretendió llegar a generalizaciones, sino más bien obtener evidencias de la realidad en la que se desenvuelven las cooperativas de ahorro y préstamo y su rol en el desarrollo local de las comunidades marginadas.

Para el diseño metodológico se partió de la pregunta central ¿Cómo las cooperativas de ahorro y préstamo constituyen una estrategia pertinente para el avance social y económico de las comunidades mexicanas? El objetivo general fue establecer si las cooperativas de ahorro y crédito representan una estrategia de desarrollo local pertinente para el avance social y económico de las comunidades marginadas; en tanto que los objetivos específicos quedaron referidos a: contextualizar la situación de las comunidades en el Estado de Querétaro, considerando las dimensiones de la marginación; así como apreciar los beneficios económicos y sociales que han producido las cooperativas de ahorro y préstamo con la creación de fuentes de empleo, el financiamiento que autorizan a sus socios y el otorgamiento de otros beneficios de carácter social.

Para identificar los municipios marginados en el Estado de Querétaro, se recurrió a los Índices de Marginación 2005 del Consejo Nacional de Población (CONAPO) que establecen una clasificación en cinco grados (muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo) (Figura 1). A través de los índices, es posible medir el impacto de las carencias entre la población como resultado de la imposibilidad de acceder a la educación primaria, habitar viviendas inadecuadas, percibir

ingresos bajos y residir en localidades pequeñas y aisladas, lo que en su conjunto limita el pleno desarrollo de las capacidades humanas. Las dimensiones estructurales de la marginación son medidas a partir de nueve formas de exclusión social (Anzaldo y Prado, 2005).

Figura 1
Dimensiones de la Marginación



Fuente: Elaborado con base en el esquema conceptual de la marginación (Anzaldo y Prado, 2005: 15).

Los casos de estudios son explicativos (Yin, 1984) en tanto que aportan elementos para dar respuesta a la pregunta central de cómo sucede el fenómeno, permitiendo profundizar en la visión de los actores involucrados. Por tanto, se puso énfasis en la comprensión de los datos en el contexto que se presentaron, para su recolección se emplearon técnicas de investigación como: la entrevista semiestructurada, la observación directa y participante, así como el uso de la técnica de investigación documental. Las entrevistas se efectuaron con directivos del consejo de administración, gerentes y empleados; la observación directa se llevó a cabo en los domicilios sociales de las cooperativas, la observación participante se realizó en reuniones con directivos y socios de uno de los casos y en lo que corresponde al análisis de documentos los mismos se

refirieron a los derivados de la operación, a las actas constitutivas y del consejo de administración.

3.1. La selección de los casos de estudio

El Estado de Querétaro está integrado por 18 municipios, uno de ellos altamente marginado nueve clasificados como de alta marginación y el resto en nivel medio, bajo y muy bajo; cuenta con una población de 1 598 139 habitantes y tiene un grado de marginación medio ocupando el lugar 17 de entre las 31 entidades federativas y el Distrito Federal de que se compone la República mexicana. En los diez municipios marginados vive el 17 por ciento de la población del Estado que se caracteriza por su marcada presencia indígena y su ubicación en localidades geográficamente dispersas (Tabla 3).

Tabla 3
Municipios Marginados del Estado de Querétaro, México

Lugar que Ocupa en el Contexto Estatal	Municipio	Población Total	Grado de Marginación
1	Pinal de Amoles	25 325	Muy alto
2	San Joaquín	7 634	Alto
3	Amealco de Bonfil	56 457	Alto
4	Landa de Matamoros	18 905	Alto
5	Peñamiller	17 007	Alto
6	Arroyo Seco	12 493	Alto
7	Tolimán	23 963	Alto
8	Cadereyta de Montes	57 204	Alto
9	Huimilpan	32 728	Alto
10	Jalpan de Serra	22 025	Alto
Población total marginada en el Estado de Querétaro		273 714	
Población total en los municipios donde se ubicaron los estudios casos		137 821	
Población total en el Estado		1 598 139	

Fuente: Estimaciones del CONAPO con base en el II Censo de Población y Vivienda 2005 y Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2005 (IV Trimestre).

Para la selección de los casos en principio se recabó información relacionada con las acciones del gobierno para atenuar la pobreza, que principalmente se basan en programas sociales federales y estatales que incluyen la creación de empresas sociales. Se revisó además información

de empresas sociales formadas en los años previos al inicio de la investigación, estableciendo que los apoyos gubernamentales se han venido canalizando a través del Fondo Nacional de Apoyos para Empresas en Solidaridad (FONAES) y la Secretaría de Desarrollo Sustentable (SEDESU). FONAES es operado por instancias federales y tiene por objeto el desarrollo del sector productivo de las organizaciones sociales y comunidades en extrema pobreza, con la finalidad de generar oportunidades de empleo y mejora en ingresos para la población de menores recursos. Por su parte SEDESU funciona en el contexto local, concentrándose en la promoción de programas de fomento a la micro, pequeña y mediana empresa con el objetivo de desarrollar la capacidad de los empresarios generando oportunidades de negocio. La aplicación de los programas no ha tenido un impacto significativo en la economía de los municipios queretanos, pues con los apoyos se han formado pequeñas cooperativas de producción que carecen de una adecuada estructura organizativa.

Con lo anterior, se determinó que las empresas creadas a partir de apoyos gubernamentales no ofrecían casos de estudio apropiados para cumplir con los objetivos propuestos en la investigación, por lo que fue necesario buscar otro tipo de empresas sociales. Los casos potenciales fueron localizados en siete de los municipios con mayor grado de marginación, que corresponden a cuatro cooperativas que tienen su domicilio social en los municipios de Pinal de Amoles, San Joaquín, Amealco de Bonfil y Peñamiller; y donde además una de las cooperativas cuenta con sucursales en Jalpan, Arroyo Seco y Landa de Matamoros.

3.2. Los casos de estudio y su ubicación en regiones marginadas

Para la selección de los casos se tomó en consideración que las cooperativas de ahorro y préstamo ocupan el segundo lugar en número de socios en el contexto nacional, además de que tres de los casos tienen más de 45 años de experiencia y su trayectoria es reconocida por los habitantes de las comunidades en las que operan. Por las facilidades que fueron otorgadas para acceder a la información, fueron seleccionados cuatro casos de estudio correspondientes a las cooperativas de ahorro y préstamo denominadas: Caja Popular Pinal, Caja San Miguel Palmas, Caja Fátima y El Triunfo Ntöte. Las cooperativas se localizan en el Estado de Querétaro en municipios clasificados como de alta y muy alta marginación, sus características más relevantes

vinculadas con la fundación de los municipios, número de habitantes y actividades económicas de las principales zonas en las que operan las cooperativas de ahorro y préstamo se describen en la Enciclopedia de los municipios de México (2009) y para los fines del documento se presentan algunas de ellas a continuación:

- Caja Popular Pinal. El nombre de Pinal de Amoles se deriva de la palabra náhuatl "amolli", sus primeros pobladores fueron recolectores y cazadores y se presume que su llegada se remonta al año 6000 a.C., siendo habitada la región por tribus chichimecas, pames y jonaces. El municipio posee un clima frío y húmedo con paisajes de cerros boscosos, cuenta con 203 localidades y 25 325 habitantes. Las actividades económicas son: la agricultura, que incluye la siembra de maíz, frijol, garbanzo, chile, papa y jitomate, así como la ganadería y la piscicultura. La cooperativa presta servicios en el semidesierto y otras localidades de la sierra queretana.
- Caja Fátima. La fundación de San Joaquín se debe a Jerónimo de Labra y al Padre Ochoa, quienes al llegar a un lugar conocido como Ranas, establecieron la misión de San Nicolás de Tolentino el 13 de noviembre de 1682, anteriormente la región fue habitada por indígenas Pames y Jonaces. Actualmente el municipio tiene una densidad demográfica baja con 7 634 habitantes dispersados en 67 localidades, las actividades económicas son la agricultura y la minería.
- Caja San Miguel Palmas. Peñamiller significa "Piedras al Millar" o "Cerro de Peñascos", en el siglo XII estuvo habitada por indígenas pames y jonaces. El municipio fue fundado en 1748, actualmente cuenta con 17 007 habitantes distribuidos en 139 pequeñas localidades, San Miguel Palmas cuenta con 640 habitantes. La fruticultura es una de las actividades primordiales del municipio, la venta de artesanías fundamenta la economía local así como la elaboración de productos naturales propios del semidesierto.
- Caja El Triunfo Ntöte. Amealco de Bonfil cuenta con 56 457 habitantes distribuidos en 149 localidades, entre ellas destaca la localidad de San Ildefonso Tultepec que cuenta con 1 920 habitantes. La actividad económica está concentrada en la agricultura, el comercio de artesanías, la agricultura y ganadería de subsistencia. Algunos indígenas se han incorporado al comercio informal, a la alfarería y extracción de sillar que es un material para la construcción, las mujeres se dedican a la producción de muñecas y otras artesanías. (Amealco de Bonfil, 2005).

4. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE CASOS DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y PRÉSTAMO

La información estadística del desempeño de las cooperativas de ahorro y préstamo estudiadas, así como su impacto en los socios es escasa; por lo que la argumentación que se expone en el documento muestra los resultados obtenidos del análisis cualitativo de los datos referidos a las mejoras sociales y económicas percibidas por los participantes en las cooperativas. Por tanto, en un primer momento se efectuó el análisis de las características relativas a la fundación de las cooperativas, número de socios, operaciones, domicilio social, habitantes y grado de marginación de las zonas donde las cooperativas prestan servicios financieros; para luego, retomar las dimensiones de la marginación a fin de evidenciar las acciones llevadas a cabo por las organizaciones en favor de sus socios y sus comunidades.

4.1. Las características operativas y financieras de las cooperativas de ahorro y préstamo

Atendiendo a la práctica de los preceptos de la filosofía del cooperativismo y contando con la participación de sacerdotes de la iglesia católica, las cooperativas de ahorro y préstamo Pinal, Fátima y San Miguel Palmas fueron fundadas a partir de 1961, 1963 y 1965 respectivamente; mientras que como parte de un plan de desarrollo local promovido por un grupo de religiosas de la comunidad de Asunción y una agencia de desarrollo local El Triunfo Ntôte se fundó en 2004.

Las cooperativas de ahorro y préstamo se establecieron en regiones históricamente rezagadas del desarrollo económico, por lo que sus actividades se enfocan a la atención de los sectores de la población con bajo nivel de ingresos y que tiene acceso limitado a los servicios bancarios. Con excepción de San Joaquín donde se ubica la Caja Fátima y tres sucursales de la Caja Pinal, en el resto de las localidades donde funcionan las cooperativas no existen instituciones bancarias. De entre las organizaciones estudiadas la Caja Popular Pinal es la más grande en cuanto a número de socios y activos, tiene 20 000 socios distribuidos en 18 sucursales de tres estados de la república y para su funcionamiento ha sido autorizada por la CNBV; el resto de las cooperativas no requieren la autorización de la CNVB dado que se ubican en el nivel de

operaciones básico y registran menos de 600 socios. Las cuatro organizaciones proporcionan servicios exclusivamente a personas físicas que tengan la calidad de socio (Tabla 4).

Tabla 4
Características de las cooperativas de ahorro y préstamo

Cooperativa	Año de fundación	Número de socios	Nivel de operaciones ^{2/}	Servicios financieros que proporciona	Domicilio social (Localidad y municipio)	Grado de marginación del municipio
Caja Popular Pinal ^{1/}	1961	20,000	III	- Ahorro. - Crédito. - Depósitos de inversión a plazo. - Recepción de remesas.	Ahuacatlán, Pinal de Amoles	Muy alto ^{3/}
Caja Popular Fátima	1963	200	Básico	- Ahorro. - Crédito.	San Joaquín, Querétaro	Alto
Caja San Miguel Palmas	1965	600	Básico	- Ahorro. - Crédito.	San Miguel Palmas, Peñamiller	Alto
El Triunfo Ntöte	2004	340	Básico	- Ahorro. - Crédito.	San Ildefonso, Amealco de Bonfil	Alto

Fuente: Elaboración propia.

1/ Se cambio la denominación por razones de confidencialidad.

2/ De acuerdo con la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo, el monto de activos en miles de dólares para el nivel III estará entre 17,801 y 89,005 y para el nivel básico 890.

3/ El domicilio social de la cooperativa ha sido clasificado como de muy alta marginación, opera además en tres municipios de alta marginación.

Las características financieras y operativas de las cooperativas son desiguales entre sí, la principal diferencia se vincula con la magnitud y diversificación de operaciones de la Caja Pinal, la cantidad de socios con la que cuenta y su ubicación en distintas localidades genera un mayor número de operaciones financieras, ya que además de efectuar transacciones de ahorro y préstamo recibe depósitos por inversiones a plazo fijo y recepción de remesas; en contraste el resto de las cooperativas no tienen sucursales y su diversificación de servicios financieros es limitada.

Los elementos relacionados con el desarrollo de las actividades financieras y de organización de las cooperativas se mencionan enseguida:

1. Con excepción de la Caja Popular Pinal que cuenta con nivel de operaciones III, el crecimiento en socios y activos de las otras cooperativas ha sido lento, entre otras

circunstancias, por la dispersión geográfica de las comunidades más cercanas y por su política de prestar servicios exclusivamente a habitantes de la localidad y de zonas aledañas.

2. Para efectuar las operaciones financieras, en las cooperativas se utilizan principalmente los recursos depositados por los socios y los ahorradores menores; en El Triunfo Ntöte para el otorgamiento de créditos se recurre a un intermediario financiero, debido a que la mayor parte de la población no cuenta con ingresos fijos que les permitan ahorrar; por lo que se requiere de recursos externos para cubrir la demanda de financiamiento.
3. Las cooperativas no reciben apoyos o subvenciones del gobierno. Su capital social se integra de las aportaciones sociales que entregan los socios al ingresar. Excepcionalmente, con motivo de la apertura de la cooperativa El Triunfo Ntöte el gobierno local entregó una aportación económica única de poco más de 40 000 dólares.
4. Las cooperativas habitualmente realizan operaciones de ahorro y crédito; en promedio el interés anualizado que se paga al ahorro es del 5 por ciento y el devengado por el crédito es del 24 por ciento anual. Además, la Caja Popular Pinal proporciona diferentes modalidades de crédito cobrando tasas de interés que van desde 1.1 por ciento hasta 2.5 por ciento mensual, también recibe depósitos a plazo fijo y remesas de los socios que laboran en Estados Unidos.
5. La cooperativa el Triunfo Ntöte para el otorgamiento de créditos organiza pequeños grupos denominados Grupos de Ayuda Mutua y Esfuerzo Propio (GAMEPS), que son los organismos de base de la cooperativa. Los que se integran con un mínimo de tres y hasta un máximo de diez personas (preferentemente mujeres) que responden de manera solidaria por el pago de los créditos otorgados; a través de los GAMEPS los socios solicitan los créditos en forma conjunta, los que son aplicados a proyectos productivos individuales. De acuerdo con los reglamentos y modalidades de crédito autorizadas, el resto de las cooperativas otorgan préstamos de manera individual al socio que lo solicita.
6. Por la magnitud de sus operaciones la estructura orgánica de la Caja Popular Pinal es más compleja, integrando en su organigrama un nivel directivo, cargos ejecutivos como una gerencia general, gerencias operativas, así como supervisiones y otros puestos de operación. El resto de las cooperativas tienen de uno a cuatro empleados que realizan múltiples funciones (administración, operación y mantenimiento de la oficina). En todas

las cooperativas se presenta en el organigrama, a la asamblea general como el máximo órgano de gobierno, enseguida se ubica el nivel directivo que incluye a los consejos de administración, vigilancia y al comité de crédito.

7. Las fuentes de empleo generadas por las cooperativas son ocupadas por socios que habitan en las localidades donde se proporcionan los servicios financieros. En la Caja Popular Pinal, para algunos puestos como administración de riesgos e informática se contrata personal de otras regiones, ya que el perfil establece como requerimiento mínimo poseer conocimientos especializados comprobables a través de una carrera profesional.
8. En la gerencia de las cooperativas se ha tenido poca rotación del personal; las cooperativas Pinal, San Miguel Palmas y Fátima, han tenido a lo largo de su existencia de entre uno y tres gerentes. En El Triunfo Ntôte no se cuenta con el puesto de gerente, la única empleada con que se cuenta ostenta el puesto de encargada de la oficina.

Las cuatro organizaciones son consideradas por sus asociados como la opción más adecuada para acceder a los servicios financieros, dado que la mayor parte de la población no es sujeta de crédito en el sector bancario y en muchas de las localidades no existen tales servicios. Los miembros de las cooperativas reconocen que sus organizaciones cumplen con su función económica y social, procurando el bienestar de sus socios y de la comunidad con apego a la práctica de los principios y valores del cooperativismo.

4. 2. La contribución de las cooperativas de ahorro y préstamo en favor de las comunidades marginadas

Para el desarrollo de este apartado se partió de que la generación de ingresos por trabajo es uno de los aspectos esenciales para establecer que las cooperativas coadyuvan al desarrollo local en las comunidades marginadas. Por tanto, se consideró que la creación de fuentes de empleo a través de las cooperativas y la obtención de financiamiento para la puesta en marcha de iniciativas empresariales, conducen a atenuar o incluso a eliminar las consecuencias indeseables de la marginación.

En el análisis que se presenta se recurrió a las cuatro dimensiones de la marginación (ingresos por trabajo, educación, vivienda y distribución poblacional), para luego contrastarlas con la evidencia empírica y de esta forma obtener los elementos que han coadyuvado a mejorar el entorno social y económico de los participantes en las cooperativas.

Ingresos por trabajo.

De acuerdo con el indicador oficial referido a la obtención de ingresos por trabajo, cuando una persona percibe una cantidad inferior a los 8.6 dólares diarios se entiende que subsiste en condiciones de marginación, por lo que una de las vías para superar las carencias es acceder a un empleo adecuadamente remunerado o bien, generar su propio ingreso a través de la creación de micro empresas.

Entonces se consideró como un aspecto relevante la participación de la cooperativa en la creación de fuentes de trabajo para sus socios. Al respecto los empleados opinaron que sus cooperativas no son generadoras de empleo. Pues considerando que las cooperativas tienen presencia en municipios marginados de Querétaro y que la Caja Pinal posee sucursales otras entidades federativas; puede inferirse que las cuatro cooperativas proporcionan trabajo a una cantidad reducida de habitantes, dado que la oferta laboral total se limita a 112 fuentes de trabajo, correspondiendo a la Caja Popular Pinal 105 de ellas. Sin embargo, los empleados reconocen que obtener un trabajo en sus localidades es muy difícil, por lo que trabajar en una cooperativa de ahorro y préstamo es una buena oportunidad ya que las plazas de trabajo son permanentes y los sueldos son suficientes para sus necesidades.

Con relación a las remuneraciones laborales, además del salario se otorgan prestaciones establecidas en las leyes y otras adicionales (Tabla 5) que superan los dos salarios mínimos a que se refiere el indicador referido a población ocupada (8.6 dólares diarios); el sueldo más bajo equivale a tres salarios mínimos mientras que el más alto es superior los 15 salarios mínimos. Con excepción de la Caja San Miguel, en las cooperativas se registra a los trabajadores en los servicios obligatorios de salud y vivienda, y anualmente se otorgan a los trabajadores vacaciones con goce de sueldo, prima vacacional, aguinaldo. Aparte de lo señalado en la Caja Pinal se dan

prestaciones adicionales como ayuda para la adquisición de despensas, becas educacionales, préstamos personales sin intereses y fondo de ahorro.

Tabla 5
Empleados y prestaciones laborales

Cooperativa	Número de empleados	Empleados con más de dos SMG ^{1/}	Nivel escolar promedio de los empleados	Prestaciones legales ^{2/}	Prestaciones adicionales ^{3/}
Caja Popular Pinal	105	105	Preparatoria	Si	Si
Caja Popular Fátima	4	4	Secundaria	Si	No
Caja San Miguel Palmas	2	2	Primaria	Parcialmente ^{4/}	No
El Triunfo Ntôte	1	1	Secundaria	Si	No
Total	112	112			

Fuente: Elaboración propia.

1/ SMG= Salario mínimo general de la zona económica a la que pertenece el Estado de Querétaro. Dos salarios equivalen a 8.6 dólares diarios.

2/ Las prestaciones legales, son los derechos que de acuerdo con las leyes vigentes tienen los trabajadores en materia de aguinaldo (15 días de salario nominal por año trabajado), vacaciones y prima vacacional (de acuerdo con la antigüedad del trabajador es de seis días por el primer año y se incrementa en dos días por cada año adicional de servicios hasta el cuarto año, en lo sucesivo se incrementan dos días cada cuatro años; la prima vacacional es del 25 por ciento calculado sobre los días de vacaciones). Además se otorgan servicios de seguridad social relacionados con la salud (la cuota es pagada por el patrón si se paga un salario mínimo y si el pago es superior la cuota se paga entre el patrón y el trabajador), prestaciones de vivienda (es pagada por el patrón) y seguro para el retiro (cuota pagada por el patrón).

3/ Las prestaciones adicionales se refieren a beneficios otorgados a los trabajadores como: despensas, becas educacionales, préstamos personales y fondo de ahorro.

4/ Los empleados no se encuentran inscritos en los servicios de seguridad social.

En las cooperativas se tiene baja rotación de personal y se mantienen políticas de contratar personal originario de las localidades donde se ubican las oficinas, aunque excepcionalmente en la Caja Popular Pinal se han seleccionado empleados de otras entidades; además se tiene la práctica de que el personal se convierta en socio al ser contratado lo que propicia un sentimiento de identidad con la organización, por ejemplo, en la gerencia de la Caja Fátima su titular ha permanecido laborando desde su fundación en 1963, en la Caja San Miguel Palmas han colaborado dos gerentes y en la Caja Pinal únicamente tres gerentes.

En El Triunfo Ntôte, las funciones de promoción y administración son realizadas por los directivos quienes son miembros distinguidos de la comunidad y que realizan sus actividades de manera voluntaria, cuentan con el apoyo de una empleada bilingüe que habla español y otomí,

ella se encarga de entregar los créditos, organizar las reuniones, realizar las actividades de cobranza, organizar la capacitación en temas de cooperativismo y otras funciones administrativas.

En lo que se refiere al otorgamiento de créditos, en todos los casos se ha dinamizado la economía local a través de la solidaridad y ayuda mutua, que se manifiesta mediante la identificación de las necesidades económicas de los socios. Ello ha permitido establecer líneas de crédito con tasas de interés accesibles, privilegiando el financiamiento de proyectos productivos y los destinados a la adquisición, mejora o ampliación de las casas habitación de los socios.

Aunque se reconoce que una buena parte de los ingresos de la población proviene de las remesas de las personas que trabajan en el extranjero, las cooperativas son reconocidas por los beneficios que prestan a la población a través del financiamiento accesible, los directivos consideran que mediante el crédito se impulsa la creación y desarrollo de empresas locales, opinan que el principal aporte de las cooperativas es que se estimula el carácter emprendedor de los socios, pues se han creado micro empresas de diversas actividades con las que se ha fomentado el autoempleo y la creación de nuevas fuentes de trabajo lo que redundará en la mejora económica de los habitantes (Tabla 6).

Tabla 6
Iniciativas empresariales de los socios

Cooperativa de ahorro y préstamo	Tipo de empresas financiadas
Caja Popular Pinal	- Actividades comerciales (abarrotes y otros giros del sector alimenticio). - Agricultura (maíz, frijol, chile y café). - Ganadería. - Invernaderos. - Micro empresas de servicios
Caja Popular Fátima	- Fabricación de jugo y licor de manzana. - Cultivo de manzana. - Servicios de hospedaje.
Caja San Miguel Palmas	- Actividades comerciales (abarrotes y otros giros del sector alimenticio). - Criaderos de peces. - Agricultura (nuez y piñón). - Micro empresas del sector mecánico.
El Triunfo Ntôte	- Comercio de alfarería. - Elaboración de artesanías de barro y muñecas.

Fuente: Elaboración propia.

En San Miguel Palmas se efectúan anualmente jornadas de salud para los socios y la población en general. Con excepción de El Triunfo Ntöte en las cooperativas se proporciona a los socios el beneficio del seguro de vida, que consiste en la entrega a los herederos del socio fallecido un monto equivalente al ahorro que hasta antes de su deceso tuviera depositado el socio, además el monto del préstamo y los intereses devengados son condonados.

En lo que respecta a las labores que desarrollan los directivos, estos participan en funciones de representación, vigilancia y autorización de los créditos, su colaboración es de carácter voluntario; únicamente en la Caja Popular Pinal se cubren a los directivos los gastos de transporte por el traslado desde su comunidad hasta el lugar en donde se celebren las reuniones.

Educación

La escolaridad de la población constituye uno de los factores decisivos para aumentar la productividad del trabajo e incorporar la innovación tecnológica, fortaleciendo la competitividad y el acceso al conocimiento que es un aspecto esencial para que las personas puedan realizar un apropiado proyecto de vida. Los grados escolares en México inician con la educación preescolar (tres años), luego primaria (seis años), secundaria (tres años), preparatoria o bachillerato (tres años), licenciatura (cuatro a cinco años), maestría (dos años) y doctorado (tres años), o bien al concluir la educación preparatoria se puede acceder a una carrera técnica. En la dimensión educativa, se considera que una persona es marginada cuando no ha tenido acceso a la educación primaria o ésta ha quedado inconclusa.

Considerando que en las comunidades los rezagos más significativos se encuentran entre la población analfabeta de 15 años sin primaria concluida, en la dimensión relacionada con el acceso a la educación, se examinaron las acciones que las cooperativas han llevado a cabo para mejorar el nivel escolar de sus trabajadores, socios y de los habitantes en general. En este sentido pudo observarse que el nivel de educación difiere entre los trabajadores de las cooperativas estudiadas, el nivel escolar en San Miguel Palmas es de primaria, en El Triunfo Ntöte y Fátima es de secundaria y en Pinal es de preparatoria, en ésta última algunos empleados que tienen cargos de jefatura o gerencia poseen estudios de nivel licenciatura y maestría. Los apoyos que reciben

los empleados para continuar su educación formal son limitados, únicamente en la Caja Popular Pinal se proporcionan becas parciales para el pago de colegiaturas para estudios de posgrado. Entre los beneficios que se otorgan a los ahorradores menores pueden mencionarse las becas que se otorgan a los ahorradores menores que obtienen buenas calificaciones en un ciclo escolar y que cumplan las disposiciones previstas en el reglamento que aprueba anualmente el Consejo de Administración.

Es de destacar las gestiones que han realizado los directivos de El Triunfo Ntôte y otros líderes de la comunidad para incorporar nuevas opciones educativas en San Ildefonso, ya que hasta antes de iniciar con el plan de desarrollo local únicamente se podía acceder a los niveles de educación preescolar, primaria y secundaria. Actualmente es una realidad el acceso a la educación preparatoria y profesional, a través de una carrera denominada Licenciatura en Emprendimientos de Economías Solidarias, que fue creada por una asociación civil que pertenece al grupo de cooperativas de la comunidad de San Ildefonso denominada Instituto Intercultural Nõñho. A pesar que en el resto de las cooperativas de ahorro y préstamo no se realizan gestiones para incorporar nuevas opciones educativas, en todas ellas se imparten a los socios cursos de inducción, capacitación en principios y valores, cursos sobre proyectos productivos, manualidades y en temas relacionados con el uso adecuado de los créditos (Tabla 7).

Tabla 7
Programas educativos promovidos por las cooperativas

Cooperativa de ahorro y préstamo	Otorgamiento de becas	Programas de capacitación	Programas educativos
Caja Popular Pinal	- Proporcionan becas a empleados que estudian posgrado. - Otorgan becas a menores ahorradores.	- En principios y valores. - Cursos de inducción. - En proyectos productivos y uso adecuado del crédito.	- No se gestionan.
Caja Popular Fátima	- No se otorgan.	- En principios y valores. - Cursos de inducción. - En proyectos productivos y uso adecuado del crédito	- No se gestionan.
Caja San Miguel Palmas	- No se otorgan.	- En principios y valores. - Cursos de inducción. - Cursos de manualidades. - En proyectos productivos y uso adecuado del crédito	- No se gestionan.
El Triunfo Ntôte	- No se otorgan.	- En principios y valores.	- Gestión ante entidades

- Cursos de inducción.	gubernamentales de la
- Integración de	preparatoria.
GAMEPS.	- Creación de un programa
- En proyectos productivos	de nivel licenciatura.
y uso adecuado del crédito	

Fuente: Elaboración propia.

Vivienda

Considerando que la vivienda es el espacio afectivo y físico que comparte la familia y es determinante para el desarrollo de las capacidades de sus integrantes, poseer viviendas inadecuadas expone a las personas a vivir en precarias condiciones y a sufrir privaciones que les impiden un desarrollo saludable. Para el análisis de la dimensión que se refiere a habitar en viviendas inadecuadas, se analizaron las acciones que las cooperativas llevan a cabo en favor de sus trabajadores para procurar la mejora de sus viviendas, así como las políticas que se mantienen respecto al financiamiento destinado a la adquisición o mejora de casas - habitación.

En lo que corresponde a las prestaciones sociales a que tiene derecho un trabajador, el patrón está obligado a aportar bimestralmente al Fondo Nacional de Vivienda, a fin de que en un determinado periodo de tiempo el empleado a través de dicho fondo pueda acceder al financiamiento de una casa nueva. Se observó que en la Caja Popular Pinal los empleados han hecho uso del financiamiento a que tienen derecho, además de que utilizan la prestación adicional de préstamos personales para mejorar sus viviendas. En las demás cooperativas los empleados perciben que han mejorado su calidad de vida a partir de la mejora de sus casas habitación, lo han hecho posible gracias al sueldo que perciben. Cabe señalar que las viviendas de los trabajadores cuentan con todos los servicios, por lo que superan los indicadores de la dimensión pues se encuentran en zonas donde se tiene agua entubada, drenaje, energía eléctrica y están construidas con pisos de cerámica o concreto.

Respecto al financiamiento otorgado a los socios, pudo constatarse que de acuerdo a la información de las cooperativas, del total de los créditos otorgados en un ejercicio contable más del 50% se destinan a la adquisición, mejora o ampliación de casas – habitación. Sin embargo, no

se solicitan evidencias de que el crédito se destinó a tal fin, por lo que no fue posible constatar que las mejoras en las viviendas de los socios sean debido a los créditos concedidos.

Dispersión poblacional

La dispersión geográfica es un grave problema que limita a la población en sus posibilidades de alcanzar igualdad de oportunidades accediendo al desarrollo y sus beneficios, dado que al habitar en regiones alejadas las personas limitan su acceso a ingresos, educación y vivienda adecuada. Para el análisis de esta dimensión se consideró que la misma tiene que ver con el difícil acceso a servicios básicos, pues aunque las cooperativas se han ubicado donde existe mayor concentración poblacional, la mayor parte de las localidades son pequeñas y ubicadas en zonas poco accesibles. La problemática que viven las personas que habitan en regiones dispersas no tiene una solución sencilla, pues es prácticamente imposible para las autoridades gubernamentales formular estrategias encaminadas a lograr la reubicación de poblaciones por el arraigo que tienen las personas a sus comunidades.

En opinión de directivos de la Caja Fátima y San Miguel Palmas, es poco probable que se alcance mayor crecimiento en sus cooperativas, debido a la intrincada ubicación geográfica de los municipios, por lo que no se contempla la apertura de sucursales ya que de hacerlo se incrementarían los costos de operación pues no se cuentan con mecanismos eficaces para la protección de valores.

5. CONCLUSIONES

Las oportunidades que tienen las personas son diferentes de una región a otra, es indiscutible que algunos países se encuentran mejor posicionados para aprovechar las oportunidades de una economía global. En México diversos factores restringen el desarrollo económico, la pobreza de ingresos es uno de ellos, pero además existen otros, como el limitado acceso a los mercados financieros, la precaria salud de los habitantes, la educación de baja calidad y la inestabilidad en el campo laboral.

Las cooperativas de ahorro y préstamo se erigen en una de las opciones para generar oportunidades y dinamizar la economía con una visión centrada en la persona y el desarrollo de las comunidades, ya que para atender problemáticas tan complejas y revertir los efectos de la marginación hace falta la colaboración decidida de los actores públicos, privados y sociales. Es insoslayable que la participación de miembros de la iglesia católica, ha sido fuente inspiradora para la creación de las empresas sociales que se han desarrollado en contextos locales para luego extenderse a otras regiones.

Las evidencias muestran que las cooperativas queretanas que llevan a cabo actividades financieras en municipios de alta y muy alta marginación, representan la única alternativa de financiamiento para la población; en su operación ha sido fundamental el compromiso de sus socios y la participación de los directivos, quienes de manera voluntaria han venido llevando a cabo actividades que contribuyen a la buena marcha de las cooperativas.

Las cooperativas de ahorro y préstamo estudiadas son el ejemplo de que mediante el acceso a fuentes de financiamiento y trabajo es posible superar las carencias; aunque se reconoce que las cooperativas proporcionan trabajo a una cantidad reducida de habitantes, los sueldos percibidos por los empleados de las cooperativas superan el indicador referido a población ocupada. Por su parte, los socios que obtienen créditos para adquirir o mejorar sus viviendas o establecer micro empresas, desarrollado habilidades emprendedoras a través de la creación de empresas dedicadas a la producción, consumo y servicios.

Puede afirmarse que en la medida que la población que habita en regiones marginadas tenga acceso a ingresos por trabajo, será posible mejorar el entorno en el que se desarrolla y podrá acceder a educación, vivienda y servicios de salud adecuados. Se concluye, que las cooperativas de ahorro y crédito constituyen una estrategia de desarrollo local pertinente para el avance social y económico de las comunidades marginadas en tanto formen parte de un proyecto integral que incluya estrategias para la mejora social y económica de sus habitantes.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBURQUERQUE, Francisco. Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. Revista Cepal [en línea], núm. 82, 2004, p. 157-171 [23/11/2009]. Disponible en Internet: <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/revista/noticias/articuloCEPAL/3/19413/P19413.xml&xsl=/revista/tpl/p39f.xsl&base=/revista/tpl/top-bottom.xslt>. ISSN 1682 - 0908.
- AMEALCO DE BONFIL. Datos generales y demográficos, 2005. Disponible en Internet: <http://queretaro.gob.mx/sedesu/deseco/esteco/perfeco/municipios/amealco.htm>. [30/01/2008].
- ANZALDO, Carlos y Minerva PRADO. Índices de marginación 2005. Disponible en Internet: http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/margina2005/01_b.pdf. 1ª ed. México: CONAPO, 2005, páginas 1-51. ISBN: 970-628-847-3.
- AROCENA, José. El desarrollo local. Un desafío contemporáneo. 1ª ed. Venezuela: Editorial Nueva Sociedad, 1995. 175 páginas. ISBN 9789803170776.
- BANCO DE MÉXICO. Reporte sobre el Sistema Financiero, junio de 2010. Noviembre 2010. Disponible en Internet: <http://www.banxico.org.mx/dyn/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informes-periodicos/reportesf/%7BDC37ABCB-26F0-020D-145B-5CF397D62E68%7D.pdf>. [20/10/2010].
- BANCO MUNDIAL. Censo de las Sociedades con Actividades de Ahorro y Crédito Popular, Octubre de 2001 – Junio de 2002. Resumen Ejecutivo World Bank – Bansefi. Disponible en Internet: <http://www.bansefi.mx>. Fecha de consulta. [13/06/2003].
- CAMPOY LOZAR, Margarita. Marginación y Pobreza. Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales [en línea], núm. 35, 2002, p. 67-82 [20/07/2009]. Disponible en Internet: <http://www.mtas.es/Publica/revista/numeros/35/estudio4.pdf>. ISSN 1137-5868.
- CÁRDENAS, Nersa. El desarrollo local su conceptualización y procesos. Revista Provincia [en línea], núm. 008, enero-junio 2002, p. 53-76 [20/09/2009]. Disponible en Internet: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=55500804>. ISSN 1317-9535.
- COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES. Las ventajas de la LRASCAP y el sentido de la regulación prudencial. Enero 2010. Disponible en Internet:

- <http://www.cnbv.gob.mx/sectorpopularuc/EstudiosyAcceso/Lista%20SOCAP%20Estudios/20100127%20SACP.pdf>. [24/10/2010].
- CONEVAL. Comunicado Núm. 006/09. Reporta CONEVAL cifras de pobreza por ingresos 2008. Disponible en Internet: http://www.coneval.gob.mx/coneval2/htmls/sala_prensa/HomeSalaPrensa.jsp?id=estimaciones_de_pobreza_por_ingresos_2008. [06/07/2009].
- DGRV. The history of cooperatives 2009. Disponible en Internet: <http://www.dgrv.de/en/cooperatives/historyofcooperatives.html>. [30/06/2009].
- DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Definición de local. Vigésima segunda edición (2001) [en línea]. Disponible en Internet: <http://buscon.rae.es/draeI/>.
- ENCICLOPEDIA DE LOS MUNICIPIOS DE MÉXICO. Municipios de Querétaro, 2009. Disponible en Internet: http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_queretaro. [15/03/2009].
- ESTIMACIONES DEL CONAPO CON BASE EN EL II CONTEO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2005 Y ENCUESTA NACIONAL DE OCUPACIÓN Y EMPLEO 2005 (IV Trimestre). Disponible en Internet: www.conapo.gob.mx/publicaciones/margina2005/AnexoB.xls. [10/02/2008].
- GOLDIN, Ian y Kenneth REINERT. Globalización para el Desarrollo. 1ª ed. Colombia: Editorial Planeta, 2007. 379 páginas. ISBN 9789584215147.
- JÁUREGUI, Luis. “Las reformas borbónicas”, en Nueva Historia Mínima de México, Daniel Cosío Villegas (coord.) 5ª ed. México: El Colegio de México, 2008. 315 pág. ISBN: 9681211391
- LAFLEUR, Michael. Desarrollo económico y cooperativas: Un modelo de gestión alternativa. Universidad de Sherbrooke 2005. Documento interno. Agence Canadienne de Développement International. [01/08/2005].
- LEY PARA REGULAR LAS ACTIVIDADES DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE AHORRO Y PRÉSTAMO. Congreso de la Unión. 13 de agosto de 2009. Disponible en Internet: [24/10/2009].
- NOYA, Antonella. Desarrollo local integrado y economía social. Cuadernos de Economía Social (CEPES) [en línea], núm. 2, 2007, p. 1-3 [23/11/2009]. Disponible en Internet: <http://www.cepes.es/media/docs/C.ES-07-%20n2-DESARROLLO%20LOCAL.pdf>.

- PRÉVOST, Paul. El desarrollo local y las cooperativas. Cuadernos de Desarrollo Rural [en línea], Núm. 37, segundo semestre, segundo semestre 1996, p. 25-45. [03/08/2009]. Disponible en Internet: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/117/11705507.pdf>. ISSN 0122-1450.
- ROJAS CORIA, Rosendo. Tratado de Cooperativismo Mexicano. 3ª ed. México: Fondo de Cultura Económica. 1984. 695 pág. ISBN-13: 978-9681608774
- SANCHIS PALACIO, Joan Ramón. Las estrategias de desarrollo local: aproximación metodológica desde una perspectiva socioeconómica e integral. Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas [en línea], núm. 21, enero de 1999, pp. 147-160 [12/08/2009]. Disponible en Internet: http://www.cepade.es/Ademas/fr_pdf.asp?num=21&artic=14. ISSN 1132-175X.
- STIGLITZ, Joseph E. Cómo hacer que funcione la globalización. 1ª ed. México: Editorial Taurus, 2006, 440 páginas. ISBN 9707707321.
- YIN, Robert K. Case Study Research: Design and Methods. 1a ed. USA: SAGE Publications, 1984. 160 pág. ISBN 0803920571.

EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EMPRESAS DE INSERCIÓN EN ESPAÑA. APLICACIÓN DEL MÉTODO DELPHI PARA LA DETERMINACIÓN DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR Y LAS EMPRESAS SOCIALES CREADAS POR EMPRENDEDORES

POR

Amparo MELIÁN NAVARRO¹,
Vanessa CAMPOS CLIMENT² y
Joan Ramón SANCHIS PALACIO³

RESUMEN:

El emprendedor social es un agente de cambio que ayuda a paliar los efectos del desempleo y de la exclusión social de ciertos colectivos mediante la creación de empresas cuyo fin primordial es la inclusión sociolaboral de colectivos desfavorecidos. Si bien su importancia e interés es innegable, en la literatura económica no existe un reconocimiento explícito y claro del emprendimiento social y de la figura del emprendedor social. Un empresario que crea el negocio por vocación para cubrir necesidades sociales y donde la viabilidad de la empresa es fundamental para la continuidad del negocio. En este trabajo se efectúa una aproximación a la caracterización del perfil del emprendedor social y de las empresas sociales creadas por emprendedores en su función de inserción sociolaboral, mediante un estudio empírico basado en la metodología de análisis Delphi. Una formación especializada para profesionalizar la gestión o fomentar alianzas estratégicas son las alternativas que presentan los expertos para superar algunas de las deficiencias de las empresas sociales.

¹ Departamento de Economía Agroambiental. Universidad Miguel Hernández.

Ctra de Beniel km 3,2, 03312 Orihuela (Alicante). Dirección de correo electrónico: amparo.melian@umh.es

² Economista y Consultora de Empresas. Profesora Master IUDESCOOP. Universitat de Valencia. Facultad de Economía. Dirección de correo electrónico: vanessa.campos@coev.com

³ Departamento de Dirección de Empresas Universitat de Valencia. Facultad de Economía, Avda. de los Naranjos, s/n. Dirección de correo electrónico: Joan.R.Sanchis@uv.es

REVESCO Nº 106 - Tercer Cuatrimestre 2011 - ISSN: 1885-8031 - www.ucm.es/info/revesco

Palabras clave: Economía social, Emprendimiento social, Empresas de inserción, Inserción sociolaboral, Análisis Delphi

Claves ECONLIT: J540; L260; L300;

**SOCIAL ENTREPRENEURS AND INSERTION ENTERPRISE IN SPAIN.
AN APPLICATION DELPHI METHOD FOR TO DETERMINATE
ENTREPRENEURIAL PROFILE AND SOCIAL ENTERPRISE MADE OF
ENTREPRENEURS**

ABSTRACT

The social entrepreneur is an agent of change that helps mitigate the effects of unemployment and social exclusion of certain groups through the creation of companies whose primary aim is the inclusion of disadvantaged socio. Although its importance and interest is undeniable, in the economic literature there is no clear and explicit recognition of social entrepreneurship and social entrepreneurial figure. An entrepreneur who created the business by calling for social needs and where viability is essential for business continuity. This paper makes an approach to the characterization of the profile of social entrepreneurship and social businesses created by entrepreneurs in their role as labor integration, through an empirical study based on the Delphi analysis methodology. Specialized training to professionalize the management or strategic alliances to promote the alternatives presented by the experts to overcome some of the shortcomings of social enterprises

Keywords: Social economy, Social entrepreneurs, Insertion enterprise, Social and vocational integration, Delphi analysis

1. INTRODUCCIÓN

En una situación de crisis económica como la actual, con un alto nivel de desempleo, la exclusión sociolaboral de ciertos colectivos es muy patente. Estos colectivos que incluso se encuentran con dificultades para acceder al mercado de trabajo en situaciones de estabilidad económica, en la era actual están totalmente desfavorecidos. En este contexto las empresas de economía social en sus diferentes acepciones (empresas de inserción, cooperativas de trabajo asociado, sociedades laborales, etc.) tienen un papel clave que desempeñar como herramientas de inclusión sociolaboral de estos colectivos.

Los emprendedores sociales son emprendedores, y por tanto capaces de crear un negocio positivo, que aúne un proyecto empresarial de viabilidad técnica y económica (negocio posible y rentable) con la utilidad social. No obstante, y a tenor de las distintas publicaciones (Kliksberg, 2004; Zandonai y Pezzini, 2004; Moulden, 2009) sobre la materia de emprendimiento, es tan escaso que incluso puede afirmarse que apenas existe un reconocimiento explícito a la figura del emprendedor social, enmarcándolo dentro de la figura general de empresario o emprendedor. El presente trabajo pretende cubrir el vacío investigador en el campo del emprendimiento social y de las empresas creadas por emprendedores sociales a través de un estudio empírico.

El estudio sobre el emprendedor social, emprendimiento social o empresas sociales se enmarca, en la mayoría de los casos y en términos generales, dentro del ámbito de la economía social y, más en particular, en la denominada nueva economía social o solidaria (Laville, 2000). De hecho y dada la diversidad de realidades a incluir en el concepto de emprendedor social muchas veces se opta por asociar estos conceptos a la Economía Social o Tercer Sector (Quintao, 2007).

El objeto de este trabajo es caracterizar el perfil del emprendedor social e identificar las variables y los factores críticos de las empresas sociales en su función de inserción sociolaboral, mediante un estudio empírico. La investigación no alude a las entidades promotoras de las empresas de inserción. La metodología utilizada en el estudio empírico consiste en la realización de un análisis Delphi, a través del cual se ha conseguido el consenso de una serie de expertos acerca de los factores determinantes en el funcionamiento de las empresas de inserción. Los resultados obtenidos en el estudio se han contrastado con los

planteamientos teóricos formulados por los estudios más significativos publicados al respecto durante los últimos años.

Para ello, y tras esta introducción, se plantea la delimitación del objeto de estudio, la metodología a seguir, el trabajo realizado, así como los resultados preliminares. Por último se adjuntan las conclusiones y la bibliografía.

2. EL PAPEL DEL EMPRENDEDOR SOCIAL EN LOS PROCESOS DE INSERCIÓN SOCIOLABORAL Y LA NUEVA ECONOMÍA SOCIAL

El emprendedor social es un agente de cambio (Dees Emerson y Economy, 2001) que busca la creación y sostenibilidad de valor social (y no sólo valor privado), un líder (Burt 2008), que identifica una situación social negativa estática que causa exclusión, marginalización o sufrimiento de un sector de la humanidad, y que busca crear un nuevo equilibrio estable que asegure beneficios permanentes para la sociedad entera.

El emprendimiento social es definido como el empeño-compromiso, en crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios que satisfagan las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también mediante una aproximación desde la perspectiva de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación, característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social. (De Pablo, 2005).

Este emprendimiento social se lleva a cabo a través de la creación o potenciación de las empresas sociales. Estas empresas sociales juegan un papel de agente de cambio en la sociedad, ayudan a paliar los efectos del desempleo y la pobreza, aumentan la productividad, mejoran la competencia y aumentan la calidad de vida, de modo que tanto la empresa como la sociedad se benefician de sus actividades. En definitiva, el trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social (MacMillan y Boisot, 2004).

De las diferentes investigaciones empíricas realizadas sobre las empresas sociales (Estivill, Bernier y Valadou, 1997; Laville y Nyssens, 2001, Zandonai y Pezzini, 2004; La Caixa, 2006; Garcia Maynar, 2007; García Maynar y Esteve, 2007; Quintao, 2007; García Gutiérrez, Lejarriaga, Bel, Fernández Guadaño y Martin, 2008; Sanchis y Campos, 2008;

Sanchis y Melián, 2009; Melián y Campos, 2010; Ciriec, 2011) se deduce que éstas pueden adoptar diversas formas, siendo las más destacadas las empresas de inserción (EI), las organizaciones o entidades no lucrativas y las cooperativas. Todas ellas tienen la característica de que no son ni empresas públicas ni empresas tradicionales capitalistas, sino que son empresas participadas (usuarios, trabajadores, voluntarios) que tienen un interés general de servicio a la colectividad.

Entre todas ellas las empresas de inserción (EI) (Quintao, 2007, pp. 38-39) “se constituyen como un subconjunto emblemático de las empresas sociales... por el fuerte crecimiento numérico, por ser pioneras, por la relevancia de su papel, etc. y en una de las principales prioridades de las políticas europeas y el empleo”. Estas EI son iniciativas que mediante la actividad empresarial, acompañadas de actuaciones sociales y de inserción social hacen posible la inclusión sociolaboral de personas excluidas para su posterior colocación en empresas convencionales o en proyecto de autoempleo (Sanchis y Campos, 2008).

La normativa que regula las EI en España es la Ley 44/2007, de 13 de diciembre, (BOE de 14 de diciembre) publicada después de un largo periodo sin normativa de carácter estatal y a demanda de los agentes implicados. No obstante, previo a esta Ley la regulación de las EI ha tenido lugar gracias a ciertas Leyes y dispositivos reglamentarios que han dictado las Comunidades Autónomas. Son 14 (Andalucía, Aragón, Baleares, Canarias, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Cataluña, C. Valenciana, Galicia, La Rioja, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco) las Comunidades Autónomas que han apoyado este movimiento regulando la creación o financiando el ejercicio de la actividad de inserción laboral. Actualmente, las Comunidades con legislación anterior a la Ley 44/2007 tienen que adecuarlas a la misma.

Tendrán la consideración de empresas de inserción la sociedad mercantil o sociedad cooperativa legalmente constituida que, debidamente calificada por los organismos autonómicos competentes en la materia, realice cualquier actividad económica de producción de bienes y servicios, cuyo objeto social tenga como fin la integración y formación sociolaboral de personas en situación de exclusión social como tránsito al empleo ordinario. A estos efectos deberá proporcionar a sus trabajadores, como parte de sus itinerarios de inserción, procesos personalizados y asistidos de trabajo remunerado, formación en el puesto de trabajo, habituación laboral y social, encaminados a satisfacer o resolver problemáticas específicas derivadas de la situación de exclusión que dificultan a la persona un normal

desarrollo de su itinerario en la empresa de inserción. Asimismo, estas empresas deberán tener servicios de intervención o acompañamiento para la inserción sociolaboral que faciliten su posterior incorporación en el mercado ordinario (artículo 4 Ley 44/2007).

La calificación de una empresa como empresa de inserción es competencia de la Comunidad Autónoma donde se encuentra su centro de trabajo, pero la Ley establece unos requisitos mínimos que deben cumplir, como estar promovidas y participadas por una o varias entidades promotoras: entidades sin ánimo de lucro, incluidas las de derecho público, las “Asociaciones sin fines lucrativos” y las Fundaciones, cuyo objeto social contemple la inserción social de personas especialmente desfavorecidas, que promuevan la constitución de empresas de inserción, y participen al menos, en un 51% de su capital, si se trata de sociedades mercantiles. En el caso de cooperativas y sociedades laborales, dicha participación será la máxima permitida en las legislaciones respectivas a los socios colaboradores o asociados.

La mayoría de las EI en España se crearon a partir de los años 80. Se trata de una realidad incipiente cuyo fin social es la integración y formación sociolaboral de personas en situación de exclusión social como tránsito al empleo ordinario. La mayor parte de estas empresas se encuentran en Cataluña (48), País Vasco (41) y Andalucía (31), y en toda España dan empleo a 3.140 personas de las que 1.622 son trabajadores en inserción, facturando más de 54 millones de euros (Ciriec, 2011).

Existen dos tipos de EI: las transitorias y las finalistas. Por definición, una empresa transitoria es la que tiene por voluntad que las personas en proceso de inserción, tras el periodo de trabajo en la entidad, se integren en el mercado laboral ordinario. Es la forma ideal pues su finalidad es proporcionar los recursos, aprendizajes y capacidades para que los trabajadores puedan integrarse en el mercado laboral ordinario tras la experiencia del trabajo real realizado en la EI. Por otra parte, y puesto que el trabajo en la EI no se ocupa definitivamente el efecto multiplicador del mismo es elevado pues por él pasarán y se beneficiarán varias personas a lo largo del tiempo (el impacto en la comunidad es mayor).

Las empresas finalistas son las que tienen por objeto que las personas en proceso de inserción consoliden el puesto de trabajo en la misma empresa. Ocurriría como con las empresas lucrativas donde se mantienen y consolida la plantilla de trabajadores una vez se

han adquirido las competencias particulares de la actividad, lo que de alguna manera les genera mayor rendimiento.

Según la Fundació Un Sol Mon (2007), la mayoría de las EI se identifican como transitorias, aunque un 37% se consideran mixtas, es decir a caballo entre los dos extremos. Estas empresas mixtas mantienen su voluntad de ser transitorias pero ofreciendo también puestos de trabajo estables si existe una necesidad de atender una situación grave de exclusión o cuando la persona trabajadora aporta un capital humano de envergadura para la empresa que decide insertarla en la propia estructura. Si una persona no está suficientemente capacitada para las exigencias de un trabajo ordinario se opta porque siga trabajando en la empresa de forma indefinida. En cada caso, las empresas se encuentran con la necesidad de ajustarse a las características de sus trabajadores para poder ofrecerles una inserción positiva y favorable a cada circunstancia particular. Existe un pequeño grupo, un 8%, que se identifican como finalistas que son las que llevan una trayectoria similar a las empresas lucrativas, pues una vez se alcance el nivel de productividad no se fomenta que los trabajadores se vayan de la EI sino que se considera que están integrados en el mercado, aunque trabajen en una empresa que realiza un cierto acompañamiento.

En definitiva, estas empresas sociales cumplen y persiguen tres objetivos: el social, mediante la inserción sociolaboral de colectivos en régimen de exclusión (o la prestación de un servicio a una colectividad), el económico, mediante la realización de una actividad económica con niveles de eficacia y eficiencia empresarial, y el sociopolítico, mediante el desarrollo de un proyecto que contemple la inclusión social y la participación activa de todos los agentes implicados en la empresa, incluyendo a los que van dirigidos los finales sociales.

Ahora bien este factor o agente de cambio en la sociedad no es exclusivo del emprendedor social, sino que todo emprendedor o empresario que quiera y esté dispuesto a sacrificar parte de sus beneficios económicos a cambio de asumir una determinada responsabilidad social corporativa juega ese papel de agente de cambio y generador de beneficios a la sociedad. La diferencia por tanto no está en la capacidad del empresario (sea social o no) en alcanzar fines sociales, sino en que éstos son en la empresa social su propósito principal. En la empresa social, el fin social está por encima de los fines comerciales o financieros, mientras que en el resto de empresas, son una consecuencia o un efecto secundario y no el fin prioritario.

En definitiva, las prácticas del empresario social potencian la innovación social, contribuyendo así al desarrollo de las empresas y al crecimiento económico. La innovación social tiene por objeto la introducción de cambios relacionados con nuevas formas organizativas y de gestión dentro de la organización y entre sus principales objetivos figuran la inserción sociolaboral de personas, principalmente con mayor riesgo de exclusión (Sanchis, Campos, 2008).

3. METODOLOGÍA

Para esta investigación se ha seguido una metodología de análisis delphi, técnica de investigación grupal basada en el juicio de expertos que otorga una superioridad al juicio del grupo sobre el juicio individual (Delbecq, Van de Ven y Gustafson, 1989). Es una técnica prospectiva de análisis del entorno creada por Dalkey y Helmer (1963) que sirve para obtener información cualitativa aunque precisa sobre el entorno. Según Linstone y Turoff (1975) “el delphi puede ser caracterizado como un método para estructurar el proceso de comunicación grupal, de modo que ésta sea efectiva para permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar con problemas complejos”. Aunque en un primer momento se consideró fundamental la necesidad de obtener un consenso entre el grupo de expertos, se replanteó de una manera más abierta Landeta (1999) hacia “la obtención de una opinión grupal fidedigna a partir de un conjunto de expertos” y hoy en día se puede emplear como herramienta de análisis de alternativas y no en exclusiva como un mecanismo que requiere la búsqueda de una predicción grupal consensuada, en la que las diversas opciones y alternativas de un problema son expuestas y valoradas.

Según Konow y Perez (1990), el universo de participantes posibles está íntimamente ligado al objetivo de estudio y los participantes han de ser expertos, estudiosos, interesados o afectados directamente por el tema de estudio. Por ello, el grupo de expertos seleccionado para este trabajo está formado por profesores universitarios e investigadores de reconocido prestigio en el campo del emprendimiento social y empresas de inserción, en la vertiente de expertos académicos, y por profesionales, responsables, gerentes y directores de empresas de inserción en el grupo de perfil profesional. En definitiva y siguiendo a Pill (1971) se escogen “personas que aporten inputs relevantes”. El número de expertos se aconseja que se

encuentren entre un mínimo de 7 y un máximo de 30 (Delbecq et al. 1989). En nuestro estudio el nivel de respuesta ha sido de 19 expertos.

La aplicación de esta tecnología resulta de utilidad en un estudio de carácter exploratorio como el que aquí se presenta, ya que no existen antecedentes de su aplicación en el campo del emprendimiento, ni a nivel general ni mucho menos para emprendedores sociales, como tampoco en materia de empresas de inserción sociolaboral.

En la investigación del emprendedor social y las empresas sociales creadas por éstos cuya finalidad es la inserción sociolaboral de colectivos en régimen de exclusión, los expertos han sido preguntados sobre diversos aspectos a través de un cuestionario previamente validado en un pretest. Para la circulación del cuestionario se ha empleado el correo electrónico.

La mayoría de las preguntas son de tipo cerrado o semicerrado aunque también se han propuesto algunas de respuesta libre. Existen preguntas de valuación y jerarquía mediante una escala de intensidad graduada (algunas definidas por niveles en %, y en otras únicamente los niveles extremos de escala, quedando a juicio del experto la determinación de los grados intermedios, según una escala likert).

4. RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados preliminares del estudio Delphi en función de los distintos grupos de preguntas efectuadas a los expertos. Los resultados se basan en los valores de la mediana, escogida ésta como mejor medida de la tendencia central que caracteriza la respuesta del grupo ante las diferentes cuestiones realizadas.

4.1. Forma jurídica

Los expertos consideran a las cooperativas y fundaciones, y en segundo lugar a las sociedades laborales, seguidas de las asociaciones y sociedades limitadas como las formas jurídicas más apropiadas para constituir empresas sociales.

Así, aunque por la Ley 44/2007, de 13 de diciembre, para la regulación del régimen de las empresas de inserción, se delimita el carácter mercantil o cooperativo para las EI, mientras que se permite que las que tengan forma jurídica de asociación o fundación puedan mantenerse durante un tiempo hasta su adaptación a una forma jurídica aceptada, los expertos siguen reclamando el papel de las organizaciones de participación en estas empresas.

Con una mayor concreción y distinguiendo entre empresas de inserción finalistas y empresas en transición, los expertos han matizado que si la empresa es en transición encajaría bien la fórmula de asociación y fundación mientras que si es finalista, debería primar la sociedad mercantil o cooperativa.

La representación del tercer sector en las empresas de inserción a través de las entidades no lucrativas, asociaciones y fundaciones, es clave (aunque no se reconozcan como formas que puedan adoptar las EI), ya que para que una EI se constituya como tal requiere estar promovida o participada por alguna de estas entidades como entidades promotoras (artículo 6 Ley 44/2007). Son entidades promotoras las entidades sin ánimo de lucro, incluidas las de derecho público, las Asociaciones sin fines lucrativos y las Fundaciones, cuyo objeto social contemple la inserción social de personas especialmente desfavorecidas, que promuevan la constitución de empresas de inserción, en las que participarán en los siguientes términos: al menos en un 51% del capital social para las sociedades mercantiles, y en el caso de sociedades cooperativas y sociedades laborales en los límites máximos recogidos en las diferentes legislaciones que les sea aplicación a los socios colaboradores o asociados (Melián, 2011).

4.2. Motivos para la creación de las EI y obstáculos

Los motivos que justifican la creación de una empresa social son a tenor de los expertos y por orden de importancia: la inserción sociolaboral y la posibilidad de cubrir necesidades de colectivos sociales, mientras que merecen una menor consideración el crear puestos de trabajo, o añadir valor a la economía de un territorio, y en último lugar el posible lucro económico.

Los principales obstáculos que encuentran los emprendedores sociales para la creación de empresas son la escasez de recursos financieros, seguido de la falta de formación

empresarial y experiencia, el riesgo elevado y por último las cargas fiscales excesivas y la falta de información.

Por otra parte en la creación de empresas sociales se da importancia a los siguientes aspectos: primero, es fundamental que el proyecto tenga viabilidad económica por sí mismo, pero también la posibilidad de acceso a ayudas y subvenciones es importante, las ventajas fiscales están valoradas en una posición intermedia y por último la elección de forma jurídica o los trámites administrativos.

En línea con la cuestión anterior se preguntó sobre la importancia dada a la financiación a través de subvenciones para el mantenimiento y estabilidad de las empresas sociales y aunque se centró la respuesta en la opción de bastante importante, se obtuvieron dos respuestas más extremas, un experto valoró que muy importante y otro que poco importante. Con respecto a cuál sería el montante de recursos que deberían proceder vía subvenciones sobre el total de los recursos de la empresa, la mayoría optó porque éste no fuera superior al 50%, distribuyéndose las respuestas de forma uniforme entre menos del 25% y entre el 25 y 50%.

4.3. Políticas públicas

En cuanto a la importancia de las políticas públicas en el reconocimiento y valoración de estas empresas se alcanza consenso en que ésta es muy importante (un 63% de los entrevistados la valoran como muy importante y un 37% como bastante importante). Sin embargo la dependencia económica de la Administración Pública (AAPP) vía ayudas no alcanza una postura de consenso sino dos completamente polarizadas, ya que los expertos se reparten entre los que consideran que debería mantenerse y los que opinan que es un obstáculo. Sus respuestas apuntan a que las empresas deben ser viables por sí mismas, que en este nivel de desarrollo deberían mantenerse las ayudas pero apostar en un futuro por la independencia económica.

Para fomentar el apoyo a estas empresas las políticas públicas deberían centrarse en las áreas siguientes, valoradas de mayor a menor importancia: profesionalización de la gestión, defensa de los derechos sociales, acceso a subvenciones, formación, creación de

empleo, propiciar ventajas fiscales, y desarrollo de actividades empresariales complementarias.

El papel de la AAPP como elemento de apoyo a los empresarios y a las empresas sociales, es muy importante tanto para la creación como para el desarrollo de éstas (Summers, 2004). Así, en lo que se refiere a las ayudas de las AAPP diversos autores (Pinillos, 2001; García Gutiérrez y Fernández Guadaño, 2005, y García Tabuena, Crespo, Martí y Crecente, 2008) coinciden en que la falta de recursos financieros en las empresas sociales es el principal obstáculo para su constitución y posterior consolidación como lo es también en otras clases de empresa, sobre todo en las PYMES.

Los expertos valoran que lo importante es conseguir una implicación de las AAPP en apoyar la pervivencia de este tipo de empresas cuya rentabilidad debe medirse tanto en términos económicos como sociales. Los datos económicos indican que la contratación de una persona en proceso de inserción ahorra a la AAPP una media de 12.000 €/año. Al tener un contrato laboral los trabajadores dejan de cobrar un subsidio, cotizan a la Seguridad Social y tributan, lo que supone un ahorro anual al Estado de 28 millones € (Fuente: Fundación Un Sol Mon, 2007).

Las EI necesitan el compromiso de la administración (vía contratación pública) y fomentar o intentar, al menos, una transición desde la subvención hacia la contratación.

4.4. Análisis estratégico

Una parte importante del estudio se ha dedicado a efectuar un diagnóstico DAFO de las empresas sociales y solidarias (cuadro 1), cuya finalidad principal es la inserción sociolaboral de los colectivos en riesgo de exclusión, y éstas son las principales características en orden de importancia (1 más importante-5 menos importante).

Cuadro 1. Matriz DAFO de las empresas sociales y solidarias

	DEBILIDADES		AMENAZAS
1	Baja profesionalización de la gestión	1	Dependencia de la administración pública (ingresos, subvenciones)
2	Escasa formación de personal	2	Entorno micro y macroeconómico
3	Ausencia de ánimo de lucro y búsqueda de fines sociales	3	Competencia creciente
4	Empresas relativamente jóvenes	4	Mercado financiero complejo y exigente
	FORTALEZAS		OPORTUNIDADES
1	Proyecto empresarial viable social y financiero	1	Prevención de la exclusión laboral de personas desfavorecidas
2	Fuerte compromiso con la comunidad local donde actúan y de la que nacen	2	Legislación actual en materia de empresas de inserción
3	Participación activa de los agentes implicados en la empresa	3	Existencia de plataformas o redes de apoyo a las empresas de inserción (Federaciones, etc.)
4	Vinculación con los colectivos sociales más desfavorecidos	4	Ayudas y subvenciones públicas
		5	Mayor vinculación de clientes (como socios)

Fuente: elaboración propia

Para superar estas debilidades los expertos opinan que sería necesario recibir formación especializada para profesionalizar la gestión, disponer de estructuras sectoriales de apoyo, o la cooperación con otras empresas (incrementar tamaño y experiencia). Para hacer frente a las amenazas aconsejan fomentar las alianzas estratégicas, apostar por la autosuficiencia (proyectos viables sin subvenciones), búsqueda de vías de financiación no dependientes de la Administración Pública, incrementar la cartera de clientes y la diferenciación de productos y servicios.

4.5. Colectivos beneficiados y actividad

Preguntados los expertos sobre cuáles son los principales colectivos que se benefician con las empresas sociales se destacó en orden de prelación los desempleados, jóvenes discapacitados, inmigrantes y mujeres. Existe coincidencia en que el ámbito de actuación de estas empresas es local o provincial, acorde con su tamaño y volumen de negocio, y que el sector de actividad más frecuente es el sector servicios, y en menor medida el de la construcción y agricultura. Principalmente son empresas dedicadas al reciclaje, siendo más testimoniales las de fabricación textil, hostelería o empresas de formación a otros colectivos en exclusión. Son fundamentalmente empresas pequeñas (menos de 20 trabajadores) y

microempresas (menos de 10 trabajadores), repartiéndose las respuestas de los expertos de forma uniforme entre ambas opciones, descartando las de mayor tamaño.

El trabajo de Campos (2011) muestra que la actividad mayoritaria en las empresas de inserción es el de reciclaje, recuperadores y recogida de papel con el 30% del total (sobre una muestra de 135 EI del directorio FAEDEI), seguido de los servicios personales. El trabajo de Marcuello et al (2008) (sobre un total de 212 EI) muestra también la predominancia en el sector del reciclaje con un 22%, las actividades de servicios personales y ayuda a domicilio con el 17%, y el sector de la construcción y sus ramas con el 13%. Las cifras son algo más elevadas en el estudio de la Fundación Un Sol Mon (2007) para 2006 donde el 50% pertenecen al sector del reciclaje, el 30% al sector de la construcción, el 23% a servicios a personas y el 22% a servicios a empresas, pero mantienen la tendencia de ser el sector de actividad más valorado el del reciclaje.

4.6. Instrumentos de gestión y acciones estratégicas

Las empresas sociales no difieren del resto de empresas, únicamente en su objeto que es social, por lo que se requiere igualmente de los siguientes instrumentos valorados según su importancia para una adecuada gestión: disponer de un plan estratégico, de un plan de gestión anual, plan de formación, plan de marketing, protocolos de calidad, determinar procesos de innovación de productos y servicios, dándole menos importancia al organigrama formal.

Los resultados anteriores van en la línea del trabajo de Retolaza et. al, (2007) aunque con ciertos matices, y donde en un estudio empírico a las empresas de inserción a partir de la base de datos del SABI (134 empresas en 2007), el 85% de las empresas disponían de un sistema de control de gestión, y el 81% de un plan de tesorería y un plan de gestión anual, el 74% de un plan de marketing y sólo el 47% de protocolos de calidad. El 56% dispone de plan de formación continuo y un 31% recibe cursos específicos. El 94% de las empresas dispone de un organigrama explícito. Sin embargo, lo que para los expertos tiene una gran importancia, el plan estratégico, no encuentra su reflejo en el citado trabajo, pues éste solo lo tienen y lo utilizan el 61% de las empresas. Quizás sea ésta la línea en la que se deba trabajar y el diseño e implantación de un plan estratégico será positivo para el afianzamiento en el mercado de estas empresas.

Entre las acciones estratégicas la pertenencia a una red o plataforma común (Federación, etc.) o las alianzas entre empresas sociales son las mejor valoradas, seguidas de las alianzas con otras empresas no sociales, dando menor valor a las fusiones o adquisiciones entre empresas sociales y menor aún a las fusiones con empresas no sociales. Algunos expertos apuntaron también como estrategias relevantes las alianzas con las administraciones públicas para la generación de un mercado social, o la estrategia de diversificar sus servicios.

Las redes sociales son un importante instrumento de ayuda mutua entre EI. Con estas redes se favorecen las prácticas de recursos humanos al potenciar diferentes aspectos como el bienestar psicológico, la satisfacción en el trabajo, la confianza, el trabajo en grupo, y el compromiso con la organización (Moyano, Bruque y Eisenberg, 2007). Al mismo tiempo el trabajo de García y Marco (1999), muestra que gracias a las redes sociales se puede acceder a recursos importantes para el desarrollo de la empresa como la tecnología, la información o los recursos materiales. Otros como el de Chirsmay McMullan (2000) indican que las redes sociales de contacto y de amistad pueden convertirse en una fuente de oportunidades y de aprendizaje para el empresario o el directivo. El empresario social busca el apoyo de otros colectivos que están relacionados con la empresa, sobre todo con aquellos con los que comparten valores, creencias o normas.

4.7. Caracterización perfil emprendedor

En cuanto al perfil del emprendedor social se alcanza consenso en lo que se refiere a su edad, pues los expertos coinciden en que se trata de un hombre-mujer de 26 a 45 años, dando más peso a la franja de 36 a 45 años, mientras que atendiendo a su formación las opiniones se reparten de forma homogénea entre formación en educación secundaria, formación profesional y formación universitaria. Otros aspectos de caracterización del perfil muestran que el emprendedor social (cuadro 2):

Cuadro 2. Características perfil emprendedor social

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Crea la empresa por lucro económico					X
Crea la empresa para crear puestos de trabajo		X			
Crea la empresa por solidaridad y para		X			

cubrir necesidades de un colectivo determinado					
Crea la empresa por convicción con un proyecto económico y social	X				
Es un idealista de fuertes convicciones éticas, morales, religiosas...		X			
Es un hombre/mujer con formación universitaria en áreas sociales			X		
Es una persona responsable y perseverante		X			

Fuente: elaboración propia

Si se establece una comparativa (cuadro 3) entre el perfil del emprendedor social y el resto de emprendedores o empresarios (no sociales), la respuesta estadística de grupo muestra los siguientes resultados:

Cuadro 3. Comparativa características perfil emprendedor social frente resto emprendedores

	Mucho menor	Menor	Similar	Mayor	Mucho mayor
Escala de valores sociales				X	
Responsabilidad social empresarial				X	
Vinculación emocional en las relaciones laborales				X	
Mayor satisfacción en el trabajo				X	
Mayor salario		X			
Posibilidad de una mejor carrera profesional			X		
Estilo de dirección más participativo				X	
Estructura organizativa horizontal				X	
Mayor sentido de pertenencia					X
Valoración y estimación de la confianza			X		

Fuente: elaboración propia

Diversos estudios sobre emprendimiento social (Chaves y Sajardo, 2004; Gomez, 2003; Kliksberg, 2004; Moulden, 2009; Zandonai y Pezzini, 2004) muestran que los directivos sociales presentan una escala de valores y de vinculación emocional en sus relaciones laborales más consolidadas y estiman la confianza (capacidad de gestionar relaciones entre los partícipes en la empresa) como el elemento crucial de su profesionalidad. El grado de satisfacción en el trabajo de los empresarios sociales es mayor, a pesar de percibir salarios más bajos, ya que valoran más positivamente la autorrealización, el reconocimiento y las relaciones laborales con los demás. Por otra parte, tienden a permanecer más tiempo en su puesto porque para ellos su trabajo es un estilo de vida y no sólo una opción en su carrera profesional.

Normalmente el empresario social no se sitúa en la cúspide de la pirámide jerárquica de la empresa, si no que ocupa una posición más central, ya que comparte con sus colaboradores la misión de la empresa y las prácticas laborales. Su estilo de dirección es muy participativo con un contacto directo entre el empresario y los colectivos hacia los que se dirige la acción de la empresa social, es decir, hacia aquellas personas a las que se desea insertar en el mercado de trabajo en particular y en la sociedad en general (Chaves y Sajardo, 2004).

4.8. Intangibles

Teniendo en cuenta la creciente competencia en el mercado económico y financiero y la importancia de los intangibles como elementos propiciadores de una mejora competitiva a medio y largo plazo se ha solicitado a los expertos que cuantifiquen los siguientes intangibles en las empresas sociales en los aspectos relativos a capital humano (cuadro 4), capital relacional y capital estructural (cuadro 5). Los resultados obtenidos (valores de la mediana) para una escala de 1 muy importante a 5 poco importante son los siguientes.

Cuadro 4. Intangibles capital humano empresas sociales

CAPITAL HUMANO	(1-5)	CAPITAL HUMANO	(1-5)
Compromiso y pertenencia	1	Formación y aprendizaje	1
Automotivación	1,5	Desarrollo al margen del trabajo	3
Satisfacción en el trabajo	2	Experiencia	2
Clima laboral	3	Colaboración y trabajo en equipo	1,5
Flexibilidad	4	Comunicación	1
Creatividad	1,5	Liderazgo	2
Nivel educativo reglado	2		

Fuente: elaboración propia

En cuanto al capital humano se da prioridad a la formación, la comunicación, la sensación de compromiso y pertenencia con la sociedad y resto de compañeros, o la colaboración y el trabajo en equipo, junto con la automotivación personal. Las necesidades formativas apuntan sobre todo a cubrir las áreas de empresa, y gestión de proyectos, las materias sociales, economía, recursos humanos, informática, y por último los temas jurídicos.

En lo que se refiere al capital relacional se opta por las alianzas (se trata ésta de una característica muy bien valorada en todos los cuestionarios), el ejercicio de la responsabilidad social empresarial, la acción social y las relaciones con los clientes y con las instituciones

para la mejora de la calidad. Los intangibles de capital estructural se decantan por la dotación tecnológica, la cultura organizativa y el esfuerzo en innovación.

Cuadro 5. Intangibles capital relacional y estructural empresas sociales

CAPITAL RELACIONAL	(1-5)	CAPITAL ESTRUCTURAL	(1-5)
Relaciones con clientes (de activo y de pasivo)	1	Cultura organizativa	1
Relaciones con proveedores de bienes y servicios	1,5	Estructura y procesos de organización formal	3
Relaciones con accionistas e instituciones	2	Aprendizaje organizativo	2
Alianzas	1	Procesos hacia clientes y proveedores	3
Relaciones con competidores	3	Esfuerzo y resultados en innovación	1
Relaciones con instituciones de mejora de la calidad	1	Dotación tecnológica	1
Relaciones con las administraciones públicas	2	Propiedad intelectual e industrial	5
Ejercicio de la responsabilidad social empresarial	1		
Acción social	1		
Reputación corporativa	2		

Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Las empresas creadas por emprendedores sociales son empresas que tratan de compatibilizar el fin social por el que se fundamentan, con la eficacia y eficiencia empresarial necesarias para su subsistencia, en un mercado donde compiten con otras formas empresariales capitalistas. Son empresas que no difieren del resto en cuanto a que deben obtener unos resultados positivos, pero sí lo hacen y de forma importante en que el fin que persiguen es un fin social.

Diversos trabajos sobre emprendimiento social muestran todavía un cierto desconocimiento a la caracterización del empresario social y de las empresas creadas por emprendedores sociales, a pesar del destacado papel que realizan como agentes creadores de empleo (Campos, 2011, Moulden, 2009, Zandonai y Pezzini, 2004), factores estimuladores del crecimiento económico y de la inserción de colectivos en régimen de exclusión en el mercado laboral o la adaptación hacia las necesidades sociales específicas y claras de ciertas personas en situaciones económicas y sociales desfavorables.

La escasez de la literatura y sobre todo de trabajos empíricos para determinar el perfil del emprendedor social y del papel que éste desempeña en la inserción sociolaboral queda en cierta medida cubierto por esta aproximación empírica en la que se demuestra que el emprendedor social crea un negocio por vocación, para cubrir necesidades sociales y en los que la viabilidad de la empresa es fundamental para la continuidad del negocio pero no es el fin del mismo.

La escasez de recursos y sobre todo la falta de formación empresarial son las principales debilidades en estos proyectos de emprendimiento, ambas subsanables mediante la búsqueda de recursos y vías de financiación alternativas (subvenciones -al menos en la fase de puesta en marcha del proyecto-, acceso y diversificación de negocio) o a través de alianzas estratégicas junto con una planificación financiera y de las diversas áreas estratégicas de la empresa, vía la inclusión en redes sociales por ejemplo (tal y como indican los trabajos de García y Marco, 1999; y Moyano, Bruque y Eisenberg, 2007), y sobre todo una apuesta por la formación y la profesionalización de la gestión (reflejada en los de Chaves y Sajardo, 2004; Gomez, 2003; Moulden, 2009; Retolaza et al. 2007).

Son empresas pequeñas (menos de 20 trabajadores), de ámbito local o provincial, dedicadas al sector servicios (principalmente reciclaje) (Campos 2011; Marcuello et al 2008) y cuyo creador tiene una edad comprendida entre los 36 y 45 años en su mayor parte, convencido con su proyecto económico y social, que crea la empresa por solidaridad, para crear puestos de trabajo y cubrir necesidades de un colectivo determinado, responsable y perseverante.

Los emprendedores sociales son “agentes de cambio social”. Son personas que tienen un perfil particular ligado a la dimensión social que realizan. Generan beneficios a la sociedad de forma directa, pues el propósito principal de su empresa es alcanzar fines sociales por encima de los comerciales y financieros (obviamente sin incurrir en pérdidas de negocio, pues la viabilidad y supervivencia de la empresa ha de ser posible para mantenerse en el mercado), frente a otro tipo de emprendedores que aunque también alcancen fines sociales no son éstos el objeto principal.

Las características de los emprendedores sociales frente a otro tipo de emprendedores son que la convicción en el proyecto principalmente y la solidaridad para cubrir necesidades de un colectivo determinado y en muchos casos vulnerable, o la posibilidad de crear puestos de trabajo, etc. compensa con un menor salario personal y con el menor lucro económico de la empresa. Su escala de valores es más personal y presenta una mayor vinculación emocional en las relaciones laborales. Es facilitador de una estructura organizativa horizontal, basada en la confianza y se caracteriza por tener un estilo de dirección más participativo

En una situación económica estable, estas actividades que desempeñan, como por ejemplo la inserción sociolaboral de personas en régimen de exclusión social, vía la proporción de un trabajo adecuado junto con los procesos de formación e inserción, son de especial interés, pero aún más si cabe ante momentos especiales de crisis.

La principal oportunidad del entorno detectada en el trabajo, esto es, la existencia de un sector en fuerte crecimiento con enormes expectativas de futuro (el de la inserción), queda contrarrestada por la amenaza que supone la entrada en el sector de grandes grupos empresariales, sociedades mercantiles fuertemente capitalizadas y con una gestión altamente profesionalizada. Frente a ello, las EI han de ser capaces de introducir nuevos mecanismos de coordinación a través de los cuales mejorar sus niveles de competitividad. La incorporación de las TIC, la formación y la profesionalización de la gestión son tres aspectos clave en este proceso.

BIBLIOGRAFÍA

- Burt, M. El nuevo campo del emprendedurismo social: teoría y práctica. En: *Desarrollando nuevos emprendimientos*. Centro de Formación de la Cooperación Española. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 18 y 19 de agosto de 2008.
- Campos, V. El emprendedor social como mecanismo de inserción sociolaboral a través de la creación de empresas de economía social. En: Sanchis, J.R. (dir.). *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*. 2011. Ed. IUDESCOOP. Universitat de València. pp. 11-32 (223)
- Chaves, R. y Sajardo, A. Economía política de los directivos de las empresas de Economía Social, *CIRIEC-España* núm. 48, 2004, pp. 31-52.

- Chirsman, J.J. y McMullan, W. A preliminary assessment of outsider assistance as a knowledge resource: the longer-term impact of new venture counselling, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 24, núm. 3, 2000, pp. 37-53.
- CIRIEC. Las grandes cifras de la Economía Social en España. Ámbito, entidades y cifras clave. 2011. Ed. Ciriec-España. Valencia
- Dalkey, N.C. y Helmer, O. An experimental application of the Delphi method to the use of expert. *Management Science*, Vol. 9 (3), 1963, pp. 458-467.
- De Pablo López, I. El emprendizaje social: motor de desarrollo y cohesión social. En: *V Seminario sobre creación de empresas y entorno*. Universidad Autónoma de Madrid. Trujillo, octubre de 2005.
- Dees, G. Emerson, J. y Economy, P. *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*, John Willey & Sons, INC, 2001, New York.
- Delbecq, A.L., Van de Ven, A. y Gustafson, D. *Técnicas grupales para la planeación*. Ed Trillas. 1989. México.
- Estivill, J., Bernier, A. y Valadou, C. *Las empresas sociales en Europa*, Editorial Hacer, 1997. Barcelona.
- Fundación Un Sol Mon. *Las empresas de inserción en España. Colección de Herramientas para la Inclusión*. Edita Fundación Un Sol Mon de Caixa Catalunya, 2007. Barcelona.
- García Gutiérrez, C. y Fernández Guadaño, J. El empresario individual: situación actual y propuestas de actuación futuras. *CIRIEC-España* núm. 52, 2005, pp. 245-261.
- García Gutiérrez, C., Lejarriaga, G., Bel, P., Fernández Guadaño, J. y Martín, S. El emprendimiento y el empleo a través de la empresa individual: contraste de fuentes estadísticas. *Revista de Estudios Cooperativos, Revesco* núm. 96, 2008, pp. 16-48.
- García Maynar, A. El momento actual de las Empresas de Inserción, un momento histórico, *Revista CIRIEC-España*, núm. 59, 2007, pp. 7-32.
- García Maynar, A. y Esteve Arnal, M. Las Empresas de Inserción en España: normativa y características, *Revista CIRIEC-España*, núm. 59, 2007, pp. 153-180.
- García Tabuenca, A. Crespo, J.L. Martí, F.P. y Crecente, F. Emprendedores y empresas en España: un enfoque ecléctico, *Economía Industrial* núm. 367, 2008, pp. 51-65.
- García, F. y Marco, B. La creación de nuevas empresas como motor generador de riqueza y bienestar económico: factores de éxito y fracaso, En: *IX Congreso Nacional de ACEDE Empresa y mercado: nuevas tendencias*, Burgos, 1999, pp. 1-12.
- Gómez, E. *La responsabilidad moral de la empresa capitalista*. Ed. Plasarte. 2003. Venezuela

- Kliksberg, B. *La ética y el capital social cuentan*. Universidad de Carabobo (UCAB) Ediciones de la FCES de la UCAB. 2004. Venezuela
- Konow, I. y Pérez, G. Método Delphi. En *Métodos y técnicas de investigación prospectiva para la toma de decisiones*. Fundación de Estudios Prospectivos. Universidad de Chile. FUNTURO. 1990. Disponible en www.geocities.com/Pentagon/Quarters/7578
- La Caixa. Informe anual Obra Social La Caixa. 2006. Ed. La Caixa. Barcelona
- Landeta, J. *El método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre*. Ed. Ariel. 1999. Barcelona
- Laville, J.L. (dir.) *L'économie solidaire, une perspective internationale*, Éditions Desclée de Brouwer, 2000, París.
- Laville, J.L. y Nyssens, M. ¿Hacia la empresa social? En: Laville, J.L., Nyssens, M. y Sajardo, A. (eds.) *Economía Social y Servicios Sociales*, Ed. CIRIEC-España, Valencia, 2001, pp. 273-283.
- Linstone, H.A. y Turoff, M. The Delphi Method. Techniques and Applications. Ed. Addison-Wesley. 1975 En: Konow, I. y Pérez, G. Método Delphi. En *Métodos y técnicas de investigación prospectiva para la toma de decisiones*. Fundación de Estudios Prospectivos. Universidad de Chile. 1990. Disponible en www.geocities.com/Pentagon/Quarters/7578
- MacMillan, I. y Boisot, M. Crossing Epistemological Boundaries: Managerial and Entrepreneurial Approaches to Knowledge Management. *Long Range Planning* Volume 37, Issue 6, 2004, pp. 505-524.
- Marcuello, C., Bellostas, A. y Marcuello, X. Informe sobre las empresas de inserción en España. 2008. Edita CIRIEC-España, Serie Informes, Valencia.
- Melián, A. y Campos, V. Emprendedurismo y economía social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 2010, pp. 43-67.
- Melián, A. Las empresas de inserción sociolaboral creadas por emprendedores sociales. Un análisis Delphi. En: Sanchis, J.R. (dir.). *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*. Ed. IUDESCOOP. 2011. Universitat de València. pp. 33-109 (223)
- Monzón, J.R. (dir.) Las grandes cifras de la Economía Social en España. Ámbito, entidades y cifras clave. 2011. Ed. Ciriec-España. Valencia
- Moulden, J. *Los nuevos emprendedores sociales*. Ed. McGraw-Hill. 2009. México. DF

- Moyano Fuentes, J., Bruque Cámara, S. y Eisenberg, J. La influencia de las redes sociales en la adaptación de los trabajadores al cambio tecnológico, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, núm. 31, 2007, pp. 147-170.
- Pill, J. The Delphi Method. Substance, context and an annotated bibliography. *Socioeconomic planning Sciences*, vol.5, 1971. En: Landeta, J. *El método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre*. Ed. Ariel. 1999. Barcelona
- Pinillos, M. J. Factores coadyuvantes para la creación de empresas en la Comunidad de Madrid, *Papeles de Economía Española* núm. 89/90, 2001, pp. 343-361.
- Quintao, C. Empresas de inserción y empresas sociales en Europa, *Revista CIRIEC-España*, núm. 59, 2007, pp. 33-60.
- Retolaza, J.L., Ruiz, M., y Araujo de la Mata, A. Factores estratégicos de éxito de las empresas de inserción, *Revista CIRIEC-España*, núm. 59, 2007, pp. 61-89.
- Sanchis, J. R. y Campos, V. La innovación social en la empresa. El caso de las cooperativas y de las empresas de Economía Social en España, *Economía Industrial*, núm. 368, 2008, pp. 187-196.
- Sanchis, J.R. y Melián, A. Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismo para la inserción sociolaboral. En: *La Universidad y el Emprendimiento. II Congreso Internacional y X Seminario Iberoamericano Red Motiva*. Ed. Promolibro, 2009, pp. 165-183 (199). Valencia
- Summers, L.H. “La autoridad de las ideas”, *Harvard Deusto Business Review* núm. 121, 2004.
- Zandonai, F. y Pezzini, E. Nuevos directivos para nuevas cooperativas. La figura del empresario social en las cooperativas sociales italianas, *Revista CIRIEC-España* núm. 48, 2004, pp. 145-166.

RESEÑA BIBLIOGRÁFICA

AA.VV., *Grandes Siglas de Entidades de Economía Social de la Región de Murcia*, (Dir. MARTÍNEZ-CARRASCO PLEITE, F.), Ed. EDITUM, Murcia, 2011, 161 pp. [Disponible en versión digital en: <http://edit.um.es/digital>]

I. Presupuesto fundamental de cualquier investigación es siempre la definición del objeto de estudio, hasta el punto de que las cosas no delimitadas parecen no existir, con el agravante de no desaparecer los problemas asociados a ellas. Este detalle cobra una nueva dimensión con las entidades de Economía Social españolas: suponen un significativo 10% del Producto Interior Bruto nacional y ascienden a unas 45.000 sobre el total de 250.000 existentes en la Unión Europea. Con todo, reclaman de manera casi endémica un mayor reconocimiento por parte de los poderes públicos. Quizá porque, ante la sociedad, el concepto transversal de “Economía Social”, como suele suceder con las siglas, no se antoja más que un retrato incompleto de realidades más complejas, de las que dan fe las cifras enunciadas.

El trabajo del Personal Docente e Investigador (PDI) universitario engloba más acciones que las puramente docentes e investigadoras. Si investigar implica crear y aportar conocimiento nuevo, de nada sirve éste si no se divulga. En esa línea se enmarca la obra recensada, que viene a coincidir en el tiempo con otros trabajos e instrumentos normativos sin precedentes en Europa, como la Ley 5/2011, de 23 de marzo, de Economía Social, todos ellos conducentes a poner en valor los esfuerzos emprendidos en este ámbito de la Economía.

II. El trabajo que nos ocupa aún en sus páginas una doble vertiente formativa y divulgativa, avalada su calidad al venir promovido por la Cátedra de Economía Social de la Universidad de Murcia –la primera en España de este tipo- y la sección española de la entidad que ha liderado la investigación en materia de Economía Pública, Social y Cooperativa, CIRIEC, otro gran acrónimo en este campo. Se trata además de un trabajo accesible en todos los sentidos. De un lado, es descargable de forma gratuita desde la web corporativa de EDITUM, el Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia (<http://edit.um.es/digital>). Y por otro lado, la contrastada calidad y trayectoria del *corpus* de autores que han intervenido en este libro hace muy fácil su lectura, transmitiendo con total claridad el objetivo del libro: explicar qué supone la Economía Social para la Región de Murcia, cuáles son sus cinco entidades representativas –las siglas a que hace referencia el título-, los servicios, infraestructuras y problemáticas que

las rodean y, más allá de una simple radiografía, poner ojos y cara a algunos de sus exponentes más exitosos, a través del estudio de diez casos de empresas concretos.

El resultado de los ocho capítulos es un producto práctico, alejado de cualquier academicismo pese a la destacable actividad investigadora de sus autores, que asistirá a quienes deseen emprender de forma colectiva en la selección de una forma social acorde con su iniciativa e inquietud, dentro de las familias de la Economía Social descritas en el caso de la Región de Murcia. A este respecto, cabe señalar que todas ellas han colaborado de forma activa en el proceso de elaboración de este compendio, suministrando datos actualizados.

III. El texto se inicia con unas palabras a modo de prólogo por parte de los responsables de la *Confederación Española de Entidades de Economía Social (CEPES)*, D. Juan Antonio Pedreño, gran conocedor e impulsor del cooperativismo en España en tiempos recientes; del Director General de Trabajo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, D. Fernando J. Vélez Álvarez; y del patrocinador que ha apostado por la Cátedra de Economía Social y, por ende, por este empeño editorial, Caja Mediterráneo (CAM). Y no se revelan palabras de cortesía, y por tanto fingidas, las dedicadas a la obra: con su respaldo buscan el lanzamiento, aumento y consolidación de empresas que, habida cuenta su funcionamiento y filosofía, están comprometidas con los valores democráticos, y la creación y conservación del empleo.

Estos prólogos suponen un avance de la seriedad de la obra y de los trece autores, seleccionados y coordinados por el Dr. Federico Martínez-Carrasco Pleite. En un momento en que la palabra multidisciplinar parece perder su sentido y augurar que se esbozarán, sin abordarse, las cuestiones de fondo, el coordinador ha reunido con acierto un equipo de procedencia muy diversa, predominando en él áreas de conocimiento como la Economía aplicada, el Derecho mercantil y la Organización de Empresas, pero siendo también capaz de atender aspectos Contables, de Comercialización o Fiscalidad, en lo que diríase una traslación a la imprenta del concepto de gestión integral de la empresa.

IV. El primer capítulo viene firmado por dos de los investigadores españoles más acreditados en Economía Social. Efectivamente, la labor de José Luis Monzón al frente de CIRIEC-España y de Rafael Chaves Ávila en el IUDESCOOP (otras siglas merecedoras de estudio en su propio ámbito territorial, la Comunidad Valenciana, junto con las del CEGEA) habla de su deseo de transmitir nociones claras y precisas de qué es

la Economía Social en España. Y a pesar de tratarse de un epígrafe generalista, no incurre en vaguedad alguna. Ambos autores, miembros del llamado “Comité de Sabios” que asistió a la Subcomisión Parlamentaria de Economía Social en los trabajos preparatorios que cristalizarían en la Ley 5/2011, no se ciñen a definiciones formalistas, de las que puedan hallarse de sobra en recursos enciclopédicos *online* o en el preámbulo de la propia ley. De hecho, contraponen las empresas de Economía Social a las sociedades capitalistas para significar de manera clara qué suponen las primeras en el mapa empresarial español y europeo, claramente dominado por las segundas. Como autores del estudio “La Economía Social en la Unión Europea” (2007) aportan datos de los dos tableros donde las empresas españolas han de demostrar competitividad, y anticipan -con una gran profusión de tablas, gráficos y bibliografía- la útil información que acompañará y presenta al resto de capítulos. En suma, los profesores Chaves y Monzón tratan de ilustrar el renovado interés y crecimiento de las fórmulas de la Economía Social para el fortalecimiento de la cohesión social, a rebufo de los valores democráticos propugnados por este tipo de empresas.

V. Seguidamente, la Dra. Grimaldos García, mercantilista, analiza en el capítulo *Administración Autonómica y Economía Social en la Región de Murcia*, los organismos competentes en materia de Economía Social a nivel regional, nacional y europeo, desgranando los conductos y las políticas de apoyo a un sector que genera grandes beneficios sociales y que, tal vez en razón de éstos, recibe un cierto tratamiento preferente, sobre todo en materia fiscal.

El análisis de la normativa y de los entes encargados de realizar el seguimiento de la Economía Social en la Región de Murcia, aunque exhaustivo, no es lo que dota, empero, de valor añadido al capítulo. La información, si bien sistematizada de manera clara, no puede eclipsar en modo alguno la descripción que la profesora Grimaldos hace de la sensibilidad de la Administración Regional hacia la Economía Social, destacando uno de sus hechos diferenciales, la existencia de un Plan Estratégico de Apoyo a la Economía Social, a punto de concluir su primera fase (2009-2011). Vendría esta situación a explicar cómo la Región de Murcia es líder en creación de cooperativas a nivel nacional, frente a otras autonomías de trayectoria y tradición similares en cooperativismo. Por encima de los medios económicos, nada desdeñables en la coyuntura actual, este apartado intenta transmitir la idea de compromiso y fe de la *Comunidad Autónoma de la Región de Murcia* en estas entidades. Con ellos se

fomentan no sólo líneas de crédito sino un clima favorable al que pronto será uno de los debates de la Economía Social, el de cuándo este tipo de organizaciones tomarán parte como interlocutores en escenarios de negociación colectiva y política.

VI. Las primeras siglas desmenuzadas son *AMUSAL*, la *Asociación de Empresas de Economía Social de la Región de Murcia*. Fundada en 1987 y presidida por D. José Francisco Ballester Pérez, bajo su signo se despliega una actividad de promoción de las Sociedades Laborales, formas sociales que, con el denominador común de ciertos valores cooperativos y al abrigo de una política fiscal y de subvenciones concreta, pueden adoptar forma tanto de sociedad anónima como de responsabilidad limitada, siempre rematada en ambos casos con la mención de laboral. Las profesoras Andreu Martí y Portillo Navarro nos guían por los vericuetos de esta organización, en la que del orden de 575 empresas en la Región de Murcia (aunque también de su entorno próximo) se benefician de su oferta de servicios de información, asistencia y formación, sin obviar a los desempleados que, por la vía de la capitalización del desempleo, optan por el autoempleo colectivo, quedando las sociedades controladas por sus propios trabajadores.

A medida que el texto avanza, ciertos tabúes o sobreentendidos de la Economía Social parecen perder toda sustancia, si es que alguna vez la tuvieron, y se observa, a través de los estudios de casos, que hay iniciativas de emprendimiento nada modestas y que apuestan por el desarrollo de nuevas tecnologías, como BASE, Compañía de Soporte Lógico, SAL, de las que incluso surgen *spin-offs* dedicadas al segmento de la consultoría. El segundo caso de empresa (todos los capítulos incluyen dos), SURARTE IMAGEN, SAL no es tanto un ejemplo de éxito cuanto de superación, toda vez que fueron los empleados despedidos de una empresa de rótulos los que supieron perseverar para seguir en el sector que conocían, esta vez por cuenta propia y al frente de un proyecto de emprendimiento colectivo.

VII. Los capítulos cuarto y quinto mostrarán las dos vías de representación y defensa del cooperativismo agrario, de gran dimensión en la Región de Murcia. En el cuarto, los Profesores Arcas Lario y Martínez-Carrasco Pleite describen el dinamismo de la *Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (FECOAM)*, cuyo presidente es D. Santiago Martínez Gabaldón. Las 79 empresas agroalimentarias que la componen, entre Cooperativas Agrarias y Sociedades Agrarias de Transformación, reúnen a 22.000 agricultores y facturan un total de 900 millones de euros, perfilando un sector básico en

la economía regional. Pendiente de apuntalar su buena gestión, FECOAM lidera la defensa continua de sus intereses en los foros pertinentes, la internacionalización de su grupo de empresas dependiente y la formación de sus directivos y asociados. Cubiertas, de hecho, las preocupaciones tradicionales del agricultor, se ofrecen otros servicios más modernos centrados en medio ambiente, comunicación o extranjería. Las dos muestras ofrecidas en el caso de esta federación son THADER Cieza y sobre todo ALIMER, primera cooperativa agraria murciana y décima española, ejemplo destacado en el proceso de fusión de cooperativas agroalimentarias.

Y en el quinto apartado, los mismos autores demuestran que, si bien existen cooperativas fuera de FECOAM, para que la gestión de sus intereses sea efectiva, también optan por asociarse, esta vez como *Federación de Sociedades Agrarias Cooperativas de Murcia, FECAMUR*, dirigida por D. Francisco López García. Nacida como escisión de FECOAM promovida por la cooperativa COATO, uno de los representantes más insignes del cooperativismo agrario murciano, el caso de esta entidad no es puramente descriptivo, queriendo los investigadores ejemplificar las dificultades y retos del sector agrario, superados a través de la innovación continua en busca de calidad y la adaptación para los sistemas de producción que demandan el medio ambiente y el consumidor. El ejemplo escogido de esta especialización productiva, además de la ya mencionada COATO, ha sido COÁGUILAS. Y no por ser representativas dejan de reclamar mayores inversiones y apoyos al sector primario, prueba fehaciente de la situación crítica de uno de los sectores clave de la Región.

VIII. En el capítulo séptimo, los profesores Gras Castaño, Martínez Paz y Marín Rives se introducen en el terreno de las Cooperativas de Enseñanza, una especialidad dentro de las de Trabajo Asociado. Como el lector ya sabe, la Cooperativa como sociedad, sin excluir el ánimo de lucro, se centra en la satisfacción de las necesidades del cooperativista, en este caso, de trabajo estable y compromiso social y ético por medio de la educación. Las 75 cooperativas que integran *UCOERM (Unión de Cooperativas de Enseñanza de la Región de Murcia)*, dirigida por D. Juan Antonio Pedreño Frutos, a su vez, presidente de UCOMUR, y de *COCETA* y *CEPES*, proporcionan empleo a casi tres mil personas, en su mayoría, profesionales de la enseñanza, sometidos a un proceso de actualización continua. Éste incluye asumir la responsabilidad social como parte de su labor en unas aulas donde, con la excelencia como aspiración, se innova y se trabaja en la formación de emprendedores. Ejemplos de ello son los Centros Concertados de

Enseñanza Samaniego y Severo Ochoa. Con trayectorias de treinta y veinte años, respectivamente, atienden necesidades formativas a todos los niveles (infantil, primaria, secundaria y ciclos formativos) y, mediante una gestión eficiente de sus activos, han promovido actividades educativas que exceden las posibilidades de muchos centros públicos.

IX. Pasando de lo particular a lo general, los profesores Campoy Miñarro y Sánchez Ballesta nos describen a *UCOMUR (Unión de Cooperativas de Trabajo Asociado de la Región de Murcia)*. A lo largo de sus 25 años de historia y al igual que en el caso anterior, el desarrollo de sus iniciativas empresariales ha excedido la simple creación de empleo directo, mediante la puesta a disposición de los medios de producción para los trabajadores. La posterior generación de empleos indirectos a la que, por su continuidad, han dado lugar las casi 1.600 cooperativas presentes en la Región, muchas de ellas englobadas por UCOMUR, han hecho de esta entidad un actor indispensable, tanto *ad intra* (con su especial relación con la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y el Servicio de Empleo y Formación) como *ad extra* (en su condición de miembro de la Alianza Cooperativa Internacional, custodio de las señas de identidad globales del cooperativismo). La labor formativa desarrollada por su área de empresa y la apuesta creíble por la calidad y la igualdad interna en la empresa refuerzan el papel principal que UCOMUR asume *de facto* en la Economía Social nacional. En este sentido, PROMOVE Iniciativa Social y Extracole, por su orientación social, son paradigmas no sólo de cooperativismo sino de maneras consecuentes de hacer empresa.

X. Acabado el análisis de las siglas regionales de la Economía Social, la octava parte viene a demostrar que todo fenómeno, para su ulterior desarrollo y continuidad, necesita de un laboratorio de ideas o de un centro de formación, no sometido a improntas de ningún tipo. En este sentido, la redacción de un capítulo sobre la *Cátedra de Economía Social Universidad de Murcia – Caja Mediterráneo* parece, más que un efecto natural, una superación de cualesquiera rivalidades que pudieran existir entre las siglas, en aras de dotarse de una unidad formativa superior, de un asesor externo e independiente (la noción de *think tank* no parece tener asiento en la aulas españolas). Con él, se difundirían las bondades de la Economía Social y de las entidades que la integran entre el alumnado, se estrecharía la relación entre empresas y Universidad, y se promoverían los productos orientados a la formación de profesionales, como así ha sido desde su fundación en 2008. La autora del capítulo, la Dra. Rosalía Alfonso Sánchez, diserta

sobre la génesis, organización y composición de una unidad de más de cuarenta miembros, capaces de abordar casi cualquier proyecto *ad hoc* con el que responder a la demanda de esas grandes siglas (y demás interlocutores sociales representados en su Consejo Asesor) que constituyen, nunca mejor dicho, su razón de ser. Jornadas, seminarios, docencia reglada, artículos, libros colectivos o comunicaciones a congresos se suman a esta obra, ya detallada.

XI. Cabe señalar que esta publicación se complementa a la perfección con otras, como *Las Grandes Cifras de la Economía Social en España* (CIRIEC) o la compilación de estudios de casos *Sectores de la Economía Social 20+20* (EOI, 2010). En su enfoque regional y en la superación del planteamiento inicial de ambas, la obra colectiva coordinada por el Dr. Federico Martínez-Carrasco Pleite ha logrado despertar las simpatías de Administración Pública, entidades representativas del sector y Universidad, muy necesitadas de colaboración. Aquí, simplemente, nos hemos esforzado en sintetizar su contenido. Pero el curioso lector, si busca un punto de partida para su iniciativa empresarial, tropezará con varios. Lejos de cualquier confusión, encontrará más respuestas de las esperadas, acaso nuevas preguntas, a su deseo de emprender, siendo este libro una guía con la que orientarse provechosamente por los caminos de la Economía Social de la Región de Murcia.

–Andrés Borja Alcaraz Riaño.

Becario del Vicerrectorado de Economía e Infraestructuras

de la Universidad de Murcia