

REVESCO

Revista de Estudios Cooperativos

**María José Cabaleiro Casal,
Rafael André Fernández
y Silvia Gómez Cortés**

Las sociedades cooperativas del mar: impedimentos para su implantación en Galicia.

Francisco Díaz Bretones

Actitudes, motivación y creación de empresas: el caso de los emprendedores en sistema cooperativo.

Luigi Filippo Paolucci

La posición del socio y el gobierno en la sociedad cooperativa tras la reforma italiana.

Juan Carlos García Villalobos

Los canales de distribución organizados: las sociedades cooperativas del comercio.

AECOOP
Asociación
de Estudios
Cooperativos



**ESCUELA DE ESTUDIOS
COOPERATIVOS**

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

Número 84
3.º Cuatrimestre 2004
ISSN: 1135-6618

REVESCO
REVISTA DE ESTUDIOS COOPERATIVOS

Editado con el Patrocinio del



**MINISTERIO DE TRABAJO
Y ASUNTOS SOCIALES**
Secretaría General de Empleo

**DIRECCION GENERAL DE FOMENTO
DE LA ECONOMIA SOCIAL
Y DEL FONDO SOCIAL EUROPEO**

Adquisición y suscripciones:

Asociación de Estudios Cooperativos (AECOOP).
C/ Salustiano Olózaga, 5, 4.º dcha. 28001 MADRID.
Teléfono 91 578 04 34
Dirección de correo electrónico: acoop@teleline.es

Secretaria General: D.ª Dolores LÓPEZ LÓPEZ
Dirección de correo electrónico: acoop@teleline.es

Suscripción anual: 30 €.**Precio venta al público: 12 € ejemplar.**

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

Director-Gerente de AECOOP

D. Francisco SALINAS RAMOS

Secretaria General

D.ª Dolores LÓPEZ LÓPEZ

ISSN: 1135-6618 - Depósito Legal: M. 38.816-1983

Impreso en Gráficas Arias Montano, S.A. - Móstoles (Madrid)

CONSEJO DE REDACCIÓN

Directora:

D.^a Paloma BEL DURÁN. Profesora Titular 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. Joaquín DOMINGO SANZ. Profesor Titular de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos y Montes de la Universidad de Córdoba.
- D.^a Pilar GÓMEZ APARICIO. Profesora Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid. Subdirectora de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid.
- D.^a Leonor GÓMEZ CABRANES. Profesora Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Extremadura. Investigadora de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid.
- D. Alfonso Carlos MORALES GUTIÉRREZ. Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (ESEA) de la Universidad de Córdoba.
- D. Rafael MORENO RUIZ. Profesor Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Málaga. Investigador de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid.
- D. Pedro MORÓN BÉCQUER. Profesor Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid.
- D. Narciso PAZ CANALEJO. Abogado del Ilustre Colegio de Madrid.
- D. Enrique SÁEZ OLIVITO. Profesor Titular de Economía, Sociología y Política Agraria de la Universidad de Zaragoza.
- D. Ricardo SERVER IZQUIERDO. Catedrático de la Escuela Superior de Ingenieros Agrónomos de la Universidad Politécnica de Valencia.

COMITÉ CIENTÍFICO

Presidente:

D. Juan José SANZ JARQUE. Presidente de la Asociación de Estudios Cooperativos (AECOOP).

- Magfco. y Excmo. Sr. D. Carlos BERZOSA ALONSO-MARTÍNEZ. Rector de la Universidad Complutense de Madrid. Catedrático de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid.
- D. Carlos GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ. Catedrático de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid. Investigador de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid.
- D. Juan Francisco JULIÁ IGUAL. Catedrático de la Escuela Superior de Ingenieros Agrónomos de la Universidad Politécnica de Valencia.
- D.^a Teresa LÓPEZ LÓPEZ. Profesora Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid.
- D. José Luis MONZÓN CAMPOS. Catedrático de la Escuela de Estudios Empresariales de la Universidad Literaria de Valencia. Presidente de CIRIEC-Internacional y CIRIEC-España.
- D. Francisco SALINAS RAMOS. Director de la Asociación de Estudios Cooperativos (AECOOP).
- D. Germán VALCÁRCCEL-RESALT PORTILLO. Profesor-Investigador del Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Vicepresidente de la Asociación de Estudios Cooperativos (AECOOP).

EVALUADORES DE LA REVISTA EN LA NUEVA ETAPA (Núms. 65-84) (Por orden alfabético)

- | | |
|--|---|
| D. José Manuel AUSÍN GÓMEZ. | D. ^a Dolores LÓPEZ LÓPEZ. |
| D. Ricardo BAHÍA MACHADO. | D. Sergio MARÍN VIDAL. |
| D. ^a Paloma BEL DURÁN. | D. ^a Sonia MARTÍN LÓPEZ. |
| D. ^a Inmaculada BUENDÍA MARTÍNEZ. | D. José Luis MATEU GORDON. |
| D. ^a M. ^a José CABALEIRO CASAL. | D. ^a Marta MIRANDA GARCÍA. |
| D. ^a Inmaculada CARRASCO MONTEAGUDO. | D. Rafael MORENO RUIZ. |
| D. Rafael CHAVES ÁVILA. | D. Pedro MORÓN BÉCQUER. |
| D. Jorge COQUE MARTÍNEZ. | D. José MOYANO FUENTES. |
| D. Francisco DÍAZ BRETONES. | D. ^a Adoración MOZAS MORAL. |
| D. ^a Josefina FERNÁNDEZ GUADAÑO. | D. Ricardo PALOMO ZURDO. |
| D. ^a M. ^a Jesús FERNÁNDEZ ORTIZ. | D. Narciso PAZ CANALEJO. |
| D. Gonzalo FONSECA LEITE SOARES CARREIRA. | D. ^a Montserrat PUENTE GARCÍA. |
| D. Carlos GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ. | D. ^a Carmen RUIZ JIMÉNEZ. |
| D. Manuel GARCÍA JIMÉNEZ. | D. Francisco SALINAS RAMOS. |
| D. ^a Elia GARCÍA MARTÍ. | D. Enrique SÁEZ OLIVITO. |
| D. Juan Carlos GARCÍA VILLALOBOS. | D. Juan José SANZ JARQUE. |
| D. ^a Pilar GÓMEZ APARICIO. | D. Miguel Ángel SASTRE CASTILLO. |
| D. ^a Leonor GÓMEZ CABRANES. | D. Germán VALCÁRCCEL-RESALT PORTILLO. |
| D. ^a Asunción GRÁVALOS GASTAMINZA. | D. ^a Elena VALIÑANI GONZÁLEZ. |
| D. Javier ITURRIOZ DEL CAMPO. | D. Alfonso VARGAS SÁNCHEZ. |
| D. Gustavo LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS. | D. José VIDAL GARCÍA ALONSO. |

REVESCO
REVISTA DE ESTUDIOS COOPERATIVOS
Número 84, Tercer Cuatrimestre 2004

Sumario

	<i>Páginas</i>
Las sociedades cooperativas del mar: impedimentos para su implantación en Galicia, por <i>M.^a José Cabaleiro Casal, Rafael André Fernández y Silvia Gómez Cortés</i>	7
Actitudes, motivación y creación de empresas: el caso de los emprendedores en sistema cooperativo, por <i>Francisco Díaz Bretones</i>	37
La posición del socio y el gobierno en la sociedad cooperativa tras la reforma italiana, por <i>Luigi Filippo Paolucci</i>	53
Los canales de distribución organizados: las sociedades cooperativas del comercio, por <i>Juan Carlos García Villalobos</i>	77
Índice de artículos publicados en la nueva etapa.....	97
Normas de presentación de originales a la <i>Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)</i>	115

LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DEL MAR: IMPEDIMENTOS PARA SU IMPLANTACIÓN EN GALICIA¹

POR

M^a JOSÉ CABALEIRO CASAL **; RAFAEL ANDRÉ FERNÁNDEZ*** y
SILVIA GÓMEZ CORTÉS****

RESUMEN

El artículo estudia el motivo de la escasa presencia de las sociedades cooperativas de mar en Galicia. Tras hacer un breve repaso a la situación legal y administrativa que regula el sistema de explotación del dominio público de las costas y el litoral gallego, se analizan los distintos regímenes de propiedad de los entes que operan en el subsector de la pesca de bajura y del marisqueo, como elementos clave para la identificación de las barreras de entrada a las sociedades cooperativas en estos ámbitos. Asimismo, se analiza el precio de las diferentes especies en las lonjas gallegas, concluyéndose que la diferencia de precios para una misma especie entre todas ellas está inducida en gran medida por la estructura de propiedad de las entidades que se dedican, tanto al control, vigilancia o explotación de los recursos naturales marinos. Finalmente se realiza una propuesta para la implantación de estas empresas, teniendo en cuenta la actual situación legal, administrativa y operativa existente.

Palabras clave: cofradías, permisos de explotación pesquera, concesiones de pesca, explotación pesquera, subasta en lonja, regímenes de propiedad.

¹ Este trabajo Forma parte del proyecto de investigación titulado «La actividad de marisqueo y pesca de bajura en las rías gallegas: La sociedad cooperativa como Fórmula de articulación de un proyecto empresarial» (referencia PGIDIT03CS030002PR), financiado por la Consellería de Innovación, Industria e Comercio, de la Xunta de Galicia.

* Profesora Titular de Universidad. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Investigadora de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Vigo.

** Profesor Titular de Escuela Universitaria. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Vigo.

*** Profesora Ayudante. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo (Orense). Universidad de Vigo.

ABSTRACT

The article studies the causes of the shortage of fishing mutual associations in Galicia. After doing a brief review of the legal and administrative situation that controls the Galician coast working system, it will be analysed the different ownership rules for the organizations that do business in the inshore fishing and shellfishing subsector so those ownership rules are very important for the identification of access bars to the cooperative societies. Moreover, it will be analysed the price of the different species in Galician fish markets. The conclusion is that the difference in prices for the same species is because of the ownership structure of the organizations that control, watch and exploit sea natural resources. Lastly, it is suggested a proposal for the introduction of fishing mutual associations without forgetting the legal, administrative and operative situation in the present.

1. INTRODUCCIÓN

Las posibilidades de las sociedades cooperativas para la reestructuración de las actividades económicas en las rías han sido planteadas en diversos trabajos² y foros de debate³. Su carácter de empresas de participación, lo que significa que sus miembros participan en el proceso empresarial e intervienen en la toma de decisiones⁴, y el consecuente seguimiento de los principios cooperativos, las convierte en el canal adecuado para alcanzar el desarrollo económico en las actividades relacionadas con el sector primario.

Su comparación con las cooperativas agrarias es inevitable. Existen numerosas experiencias con éxito en muchos países y, concretamente, en Galicia el número de sociedades cooperativas agrarias es relativamente importante⁵. No obstante, a pesar de que las actividades son diferentes,

² CABALEIRO CASAL, M.^a José: La articulación de una estructura empresarial en las rías mediante sociedades cooperativas: reflexiones previas para una propuesta de futuro. *Revista Cooperativismo e Economía Social*, Xaneiro-Xullo 2002.

³ Véase:

XUNTA DE GALICIA: *Seminario novos eidos para o cooperativismo*. Santiago de Compostela: Consellería de Xustiza, Interior e Relacións Laborais, 2001.

III CONGRESO GALEGO DE COOPERATIVAS: *O libro Branco: un impulso para o futuro*. Santiago de Compostela, diciembre 2003.

⁴ GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, Carlos: El problema de la doble condición de los socios-trabajadores (socios-proveedores y socios-consumidores) ante la gerencia de la empresa cooperativa. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, n.º 56 y 57, 1988-1989, p. 83-121, P. 102.

⁵ Véase:

CABALEIRO CASAL, M.^a José: *La intercooperación de las sociedades cooperativas: su aplicación en el desarrollo rural Integral de la Comunidad Autónoma de Galicia*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia, 2004.

existen muchas similitudes entre las explotaciones agrarias y las explotaciones de mar, de ahí que resulte inicialmente sorprendente su amplia utilización en las poblaciones interiores y su escasa representatividad en las costeras.

Es necesario, sin embargo, tener presente, las diferencias que existen en relación con las áreas terrestres. El carácter público del medio marítimo-terrestre, el frágil equilibrio de los ecosistemas marinos, el empleo del mismo hábitat para el desarrollo de actividades completamente diferentes, la regulación y control de las actividades desarrolladas, y la dependencia de un importante volumen de población de estas actividades, entre otros, son factores diferenciadores de la actividad económica en el mar.

El objetivo de este artículo es tratar de identificar las barreras que impiden un mayor desarrollo de las sociedades cooperativas de mar.

Como punto de partida se expone la realidad actual del movimiento cooperativo de mar, su dimensión y actividades. Posteriormente, centrándose únicamente en el estudio de las actividades relacionadas con la extracción y comercialización de los productos de la pesca en fresco, se exponen las condiciones administrativas y operativas para poder desarrollar estas actividades.

El artículo continúa con el estudio de las actuales estructuras de propiedad que operan en el mar, con el objetivo de conocer la posible existencia de barreras a la implantación de sociedades cooperativas, relacionadas con los actuales regímenes de propiedad.

Seguidamente se analizan las subastas en lonja vía precios de las especies, para saber si existe algún tipo de distorsión provocada por las estructuras de propiedad que operan actualmente en el sector. La metodología empleada se centra en el análisis de la variancia de los precios de subasta de especies en fresco del total de lonjas gallegas, en el año 2003. A continuación se valoran los efectos de los principales factores que inciden en la variación de precios, a través de la prueba estadística chi-cuadrado de Pearson.

Una vez expuestas todas las barreras, se valoran las alternativas posibles para la implantación de las sociedades cooperativas de mar en la actual situación.

El trabajo finaliza con la exposición de las principales conclusiones a las que se ha llegado.

2. LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE MAR EN LA ACTUALIDAD

La realización de actividades relacionadas con el mar a través de sociedades cooperativas en la Comunidad Autónoma de Galicia es

posible, tal como se recoge en la Ley 5/1998 de cooperativas de Galicia⁶, que contempla como específicas para los sectores de la pesca, el marisqueo y la acuicultura a las sociedades cooperativas del mar⁷ y las de explotación de recursos acuícolas⁸. Al margen de las clases específicas, cuando la actividad a desarrollar lo requiera, pueden crearse otros tipos diferentes.

A pesar de la posibilidad legal y de la amplitud de tareas desarrolladas en este entorno geográfico, la situación real puede ser definida como de práctica inexistencia de sociedades cooperativas de mar, tanto por el número de empresas como por lo que representa su facturación en relación con el total del sector. En la actualidad, la cifra de sociedades cooperativas de mar que desarrollan una actividad significativa es de 12 empresas⁹. Además, mientras la facturación total de los sectores pesqueros alcanzó la cifra de 922 millones de euros en el año 2002¹⁰, la realizada por las sociedades cooperativas fue de 60 millones¹¹, es decir, un 6,5%.

Las actividades que desarrollan son: los servicios a armadores (3), la explotación de bateas de mejillón y ostra (7) y el marisqueo (2). El número de socios que agrupan es muy diferente, oscilando entre, aproximadamente, 10 y 900 socios.

En cuanto a su representatividad en cada una de las actividades, las dedicadas a la explotación de bateas tienen la titularidad de 1.554, de las 3.537 existentes en Galicia en el año 2002¹², es decir, el 44%. Las sociedades cooperativas de armadores agrupan a un total de 504 embarcaciones de un total de 5.592¹³, es decir, el 9%. Las empresas que se dedican al marisqueo tienen 453 socios, cifra muy reducida en relación los 5.600 trabajadores que en Galicia se dedican a esta actividad¹⁴.

⁶ GALICIA: *Ley 5/1998, de 18 de diciembre, de cooperativas de Galicia*. B.O.E .. n.º 251. de 30 de diciembre.

⁷ *Ibidem*. art.117.

⁸ *Ibidem*, art.118 .

⁹ XUNTA DE GALICIA: *Libro blanco de cooperativas de Galicia* Santiago de Compostela: Dirección Xeral de Relacións Laborais; Consello Galego de Cooperativas. 2004. p. 287.

¹⁰ INSTITUTO GALEGO DE ESTADÍSTICA: *Macromagnitudes da pesca. Año 2002*.

Disponible en internet: <http://ige.xunta.es/ga/home.htm>. Fecha de realización: 15/07/2004. fecha consulta: 06/09/2004.

¹¹ XUNTA DE GALICIA: *Libro blanco opus cit*, p. 285.

¹² XUNTA DE GALICIA: *A Pesca- A Acuicultura: O futuro do sector*: Disponible en internet: http://www.xunta.es/galicia2004/g1/07_09.htm. Fecha consulta: 06/09/2004.

¹³ CONSELLERÍA DE PESCA E ASUNTOS MARÍTIMOS: *Rexistro de buques*. Disponible en internet: <http://www.pescadegalicia.com>. Fecha de realización: 04/08/2004. fecha consulta: 06/09/2004.

¹⁴ XUNTA DE GALICIA: *A Pesca - O marisqueo a pé ... opus cit*.

En consecuencia, el grado de implantación de las sociedades cooperativas de mar es muy reducido. Su adaptabilidad a las actividades del sector primario, para su realización de modo asociativo, tal como ya se ha comentado, hace necesario un análisis de los posibles factores que impiden o frenan su constitución.

3. LAS ACTIVIDADES DE PESCA, MARISQUEO y ACUICULTURA

Las actividades desarrolladas en el litoral gallego pueden ser agrupadas en: pesca, marisqueo o cultivos marinos¹⁵, cada una de ellas con sus propias particularidades, pero a la vez muy interrelacionadas.

Esta clasificación podría tener un mayor nivel de desagregación, pues en el ámbito de la pesca se puede diferenciar entre pesca de bajura, de litoral, de altura y de gran altura, en lo referente al marisqueo la zona en la que se desarrolla permite hablar de marisqueo a pie y marisqueo a flote, mientras que la acuicultura puede llevarse acabo tanto en granjas marinas como en centros ubicados en tierra firme. De todos modos, teniendo en cuenta el objetivo de este trabajo es suficiente la clasificación más general, pues los argumentos empleados son válidos para cada una de las subclases.

El desarrollo de la actividad se efectúa en una zona marítima o marítimo-terrestre y, en consecuencia, es necesario disponer del correspondiente título administrativo habilitante, ya que toda acción de explotación de los recursos marinos ha de realizarse de forma controlada, sin que se permita ninguna actividad que no esté debidamente autorizada¹⁶. Concretamente, las modalidades que puede adoptar este título administrativo son:

- a) *La concesión* que conlleva el derecho a la ocupación, uso o goce, en régimen temporal, de bienes de dominio público marítimo, marítimo-terrestre, otorgando la Consellería el uso privado anormal que implica la instalación o explotación de un establecimiento de cultivos marinos o de un establecimiento auxiliar.
- b) *La autorización*, mediante la cual la Consellería otorga un uso privativo normal de bienes de dominio público marítimo o marítimo-terrestre, a título precario¹⁷, para su explotación o

¹⁵ GALICIA: Ley 6/1993, de 11 de mayo, de pesca de Galicia. B.O.E., n.º 101, de 31 de mayo de 1993, art. 10.

¹⁶ *Ibidem*, art. 4.

utilización en régimen de exclusividad con destino al aprovechamiento racional o de semicultivo de determinadas especies marinas en un banco natural.

- c) *El permiso de actividad*, que reconoce la facultad de puesta en funcionamiento de establecimientos de cultivos marinos en terrenos de dominio público o privado que no sean marítimo o marí tino-terrestre.
- d) *El permiso de explotación*, mediante el que la Consellería reconoce la capacidad para ejercer la explotación a particulares. personas físicas o jurídicas, de recursos marinos.

3.1. Relación entre actividad y título administrativo habilitante

Existe una relación entre el tipo de título administrativo habilitante y la actividad a desarrollar, pues no todos los títulos son válidos para cualquiera de ellas. En la tabla 1 se relacionan la actividad y el permiso, al tiempo que se expresa la forma de comercialización posible (Tabla 1).

TABLA 1
PERMISO. ACTIVIDAD Y SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

PERMISOS	ACTIVIDAD		
	Pesca	Marisqueo	Acuicultura
Concesión	No aplicable*	Lonja/Libre**	Libre
Autorización	No aplicable	Lonja/Libre	Libre
P. Actividad	No aplicable	No aplicable	Libre
P. Explotación	Lonja	Lonja	No aplicable

* No aplicable: No se puede emplear el permiso para la actividad .

** Lonja libre: Canal posible de comercialización en primera venta.

La concesión y la autorización, tal como están recogidas en el Decreto 419/1993, pueden habilitar para el marisqueo y la explotación de cultivos marinos; el permiso de actividad se aplica en actividades de acuicultura

» La Administración puede extinguir la autorización por motivos de interés público, en cualquier momento.

y el permiso de explotación (PERME) es el que, de modo individual, permite la actividad de la pesca y el marisqueo.

Teniendo en cuenta la definición de concesión, autorización, permiso de actividad y permiso de explotación, cada una de las actividades puede utilizar alguna de estas fórmulas:

- En la pesca de bajura la concesión, la autorización y el permiso de actividad no son aplicables, el último al destinarse a actividades en zona terrestre y los dos primeros por ser aplicables a la explotación de una zona concreta, por lo que la pesca, al ser movable, no puede utilizar estos sistemas.
- El marisqueo se puede realizar a través del permiso de explotación.
- En el caso de la acuicultura no se pueden emplear los títulos destinados a la explotación directa de los recursos marinos, pues no es éste el objeto de su actividad, concretamente no son válidos el permiso de explotación y la autorización.

3.2. Relación entre sistema de comercialización y título administrativo habilitante

La comercialización de los productos del mar no se puede efectuar libremente. *La pesca en fresco descargada en los puertos o centros de descarga de la Comunidad Autónoma gallega tiene que ser pujada obligatoriamente en las lonjas o centros de venta situados en ella y autorizados reglamentariamente*¹⁸. La entidad de la que dependen las lonjas es la responsable de velar por el cumplimiento de las normas existentes y suele ser la cofradía de pescadores y, en menor medida, el ayuntamiento o una organización de productores pesqueros. Concretamente, en la actualidad, de las 73 lonjas que están operativas, 51 son gestionadas por cofradías¹⁹.

Únicamente pueden comercializarse directamente los productos extraídos por los titulares de concesiones, es decir, los procedentes de los establecimientos de cultivos marinos, quedando exceptuados del

¹⁸ GALICIA: Decreto 419/1993, del 17 de diciembre, por el que se refunde la normativa vigente sobre descarga, primera venta y comercialización de los recursos marinos en fresco. DOGA, n.º 13, de 20 de enero de 1994, art. 7.º.

¹⁹ CONSELLERÍA DE PESCA E ASUNTOS MARÍTIMOS: *Cofradías de pescadores*. Disponible en internet: <http://www.pescadegalicia.com>. Fecha de realización: 04/08/2004. fecha consulta: 06/09/2004.

cumplimiento de las reglas aplicables a la primera venta y comercialización de recursos marinos en fresco²⁰.

En consecuencia, dada la regulación actual, únicamente es posible comercializar directamente, sin pasar por subasta en lonja, cuando se dispone de permiso de concesión o de actividad.

Estos son los condicionantes legales básicos para el desarrollo de una actividad de mar y, en consecuencia, el planteamiento de la implantación de un modelo cooperativo para realizar actividades de pesca de bajura, marisqueo o acuicultura, depende tanto de la actividad como del título administrativo habilitante al que estas empresas puedan acceder.

4. RÉGIMEN DE PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE PRODUCCIÓN: BARRERAS PARA LA CREACIÓN DE SOCIEDADES COOPERATIVAS

El carácter público del medio marino conlleva, inherentemente, a la problemática de asignación de los derechos de propiedad. Así pues se hace necesario describir las soluciones adoptadas a este problema por la Administración gallega, así como el análisis de los distintos regímenes de propiedad y medios de producción que conviven en este ámbito.

Los buques empleados en cada una de las actividades, principal medio de producción, pertenecen a la flota artesanal menor en el 67,27% de los 7.754 existentes en el año 2000, es decir, se trata de embarcaciones de menos de 2,5 toneladas, los restantes se distribuyen entre barcos empleados en la pesca artesanal mayor y pesca de litoral (28,10%) y de altura y gran altura (4,63%)²¹.

El grado de vertebración de los diferentes sectores es muy desigual, así mientras los sectores de pesca de altura están muy organizados en asociaciones profesionales y empresariales, el sector del marisqueo a pie se encuentra en una fase inicial de reestructuración, manteniendo, salvo en casos muy concretos, el modo de explotación artesanal vigente hace un siglo²², sin que se observen indicios de cambio hacia sistemas organizativos y de gestión con un cierto nivel profesional.

²⁰ GALICIA: Decreto 419/1993, opus cit, art. 2.º.

²¹ CONSELLO ECONÓMICO E SOCIAL DE GALICIA: *O sector pesqueiro en Galicia*. Colección Informes 3/02. Disponible en internet: <http://www.ces-galicia.org/pdf/informes/>. Fecha de consulta: 07/10/04, p. 90, p. 19.

²² FERNÁNDEZ OUTEIRAL, X. M.: Cooperativas do mar e Ordenación bioeconómica do marisqueo. *Revista Cooperativismo e Economía Social*, n.º 7, Xaneiro-Xullo 1993, p. 25-34, p. 26.

En cuanto a las entidades que agrupan a los sectores de la pesca y el marisqueo son, básicamente, las cofradías de pescadores, las organizaciones de productores pesqueros y las sociedades cooperativas, siendo las primeras más numerosas y representativas.

Las cofradías participan de la naturaleza de Administración Pública tanto en su constitución y organización, como en la realización de funciones de carácter administrativo²³. Además, pueden desarrollar actividades relativas a la organización y comercialización de la producción del sector de pesca, marisqueo y acuicultura, y representar los intereses de los profesionales del sector, sin perjuicio de su representación a través de las organizaciones de empresarios y trabajadores de la pesca.

Las actividades de explotación de los recursos naturales necesitan ser controladas, para evitar una mala utilización de un medio de dominio público. En este sentido, las cofradías cumplen un papel muy importante.

Sin embargo, además de las anteriores competencias, estas entidades, en muchos casos, incorporan aquellas otras relativas a la subasta en lonja, pues el 70% de las existentes tiene la titularidad de una lonja, canal obligatorio de comercialización en la mayor parte de las operaciones de venta en fresco de los productos de la pesca.

Es decir, se trata de entidades de carácter público que además realizan actividades económicas propias del ámbito empresarial, lo que les confiere una característica especial y anómala²⁴.

En cuanto a las organizaciones de productores pesqueros, su implantación ha sido muy irregular y, salvo determinados casos concretos, no han conseguido su objetivo de vertebrar el sistema productivo marino²⁵. En el año 2002, existían 8 organizaciones de productores de

²³ El Estatuto de Autonomía confiere competencias exclusivas en materia de cofradías de pescadores a la Comunidad Autónoma de Galicia (GALICIA: *Ley orgánica del Estatuto de Autonomía de Galicia*. B.O.E. n.º 24, del 1 de octubre de 1981. art. 27.29.); que están reguladas a través de: GALICIA: *Decreto 261/2002. de 30 de julio. por el que se aprueban las normas reguladoras de las cofradías de pescadores y sus federaciones*. B.O.E.: n.º 158. de 19 de agosto de 2002.

²⁴ FERNÁNDEZ-FEIJÓO SOUTO. Belén; LÓPEZ CORRALES. Francisco y RUIZ BLANCO. Silvia: Las cofradías de pescadores en España: factores económicos bajo la perspectiva legislativa estatal y autonómica. Especial referencia a la contabilidad. Aceptado en el: X Congreso de Contabilidad del Instituto Superior de Contabilidad y Auditoría de Lisboa (ISCAL). a celebrar en Estoril (Portugal) en noviembre de 2004 ..

²⁵ PERNAS, Ernesto: Elementos para una ordenación integral dos usos do medio litoral de Galicia. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia. 2000, p. 58.

ámbito local y provincial y 6 de carácter nacional con sede en Galicia²⁶.

Las sociedades cooperativas de mar tampoco han conseguido una implantación representativa, salvo en el caso de las empresas dedicadas a la explotación de bateas de mejillón y ostra. Asimismo, es necesario destacar que el empleo de esta fórmula empresarial se encuentra con importantes barreras para su desarrollo.

Concretamente, en el caso de la actividad de marisqueo es necesario disponer de autorización o concesión de un área determinada. La mayor parte de las zonas más productivas han sido concedidas a las cofradías mediante autorización, para la explotación por parte de sus socios de un banco natural. En consecuencia, a pesar de disponer de un permiso de explotación, los mariscadores deben asociarse a una cofradía para poder acceder a los bancos naturales que ésta tiene en explotación, lo que conlleva a la necesaria afiliación a la cofradía para poder desarrollar la actividad. Es decir, se produce una situación de explotación monopolística de un banco natural, en contra de la alternativa más plausible que sería el acceso a concesiones a través de un concurso público que permitiera, bajo determinadas condiciones, la explotación temporal de los bancos naturales. Además, la autonomía de estos trabajadores está bastante limitada, teniendo en cuenta que todos los acuerdos tomados deben ser ratificados por el cabildo de la cofradía²⁷.

Ante esta situación, se observan como barreras a la implantación de otras estructuras empresariales diferentes a la propia cofradía: 1) la dificultad de acceso a títulos habilitantes como la concesión o la autorización, en el caso del marisqueo, al estar las zonas productivas repartidas entre las cofradías y 2) la comercialización obligatoria de los productos frescos en primera venta a través de la lonja, factor que inhibe la asociación voluntaria para acceder a las sucesivas fases de la cadena de valor del producto extraído del mar, tanto en lo que se refiere a su elaboración posterior como a la propia comercialización.

Si efectivamente existen estas barreras sería de esperar que tales condicionantes influyeran de algún modo en el precio de los productos.

²⁶ CONSELLO ECONÓMICO E SOCIAL DE GALICIA: O sector pesqueiro opus cit. p. 23.

²⁷ CONSELLO ECONÓMICO E SOCIAL DE GALICIA: Situación e perspectivas do sector do marisqueo a pé en Galicia. Colección Informes 2/01. Disponible en internet: <http://www.ces-galicia.org/pdf/informes/>. Fecha de publicación: 2001. fecha de consulta: 07/10/04, p. 148, p. 84.

A tal efecto hemos realizado un estudio de los precios medios de las especies en fresco que se subastan en las lonjas gallegas, teniendo en cuenta que las lonjas son, en su mayor parte, gestionadas por las cofradías, en donde obligatoriamente se descargan la pesca y mariscos de la zona de explotación exclusiva por ellas.

5. ESTUDIO DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS EN LONJA

La primera venta de pescado en fresco se realiza en Galicia en 83 lonjas o puntos de venta, de las cuales están bajo control de cofradías 51, según datos recogidos en la página web de la Consellería de Pesca de la Xunta de Galicia²⁸. El número de especies que la misma señala son 173.

El estudio de precios que se presenta se ha realizado sobre 93 especies, pues las restantes, o bien tienen un volumen irrelevante para ser consideradas en el estudio o no existen datos sobre las capturas en esta página web. El análisis fue hecho sobre los valores mensuales correspondientes al año 2003, ya que los datos del 2004 no muestran la variabilidad estacional correspondiente al último trimestre del año.

Los resultados hallados muestran que las diferencias de precios son significativas, según el ratio F-Snedecor, en 87 de las 93 especies estudiadas, al nivel de riesgo α del 0,05. Los resultados alcanzados son llamativos tratándose de un mercado tan experimentado y profesional como el de la pesca en Galicia.

El resumen para los distintos tipos de pesca es el siguiente:

RESULTADOS PRUEBA F-SNEDECOR (1 ^a)			
PRUEBA 1	SIG.	NO SIG.	TOTAL
BAJURA	44		44
ALTURA	31	6	37
MIXTO	12		12
TOTAL	87	6	93

²⁸ <http://www.pescagalicia.com>

Los resultados, pues, sugieren algún tipo de explicación que no señalan los datos. Así estas diferencias pudieran deberse a:

1. El volumen de contratación. Sería de esperar que en aquellas lonjas con volúmenes de contratación elevados, las diferencias de precios, manteniendo constantes los otros factores, fueran aproximadamente iguales. Teniendo en cuenta que la subasta es presencial, el número de compradores en las lonjas pequeñas disminuye ostensiblemente, lo que podría explicar parcialmente las diferencias de precios halladas.
2. Calidades distintas dentro de la misma especie. Los datos fuente no muestran las diferentes calidades, según procedencia, caladero o arte de pesca utilizada, variables que inciden en el precio de forma importante en algunas especies.
3. Tamaños distintos dentro de la misma especie. Los datos fuente no clasifican las especies según tamaño, factor que es bien considerado en casi todas las subastas de la mayoría de las especies.
4. La regulación de la pesca de bajura y marisqueo. La normativa gallega establece la obligación de vender las especies procedentes del marisqueo en lonja; asimismo se establece la obligación de desembarco de la pesca en las lonjas correspondientes a la cofradía en donde estén afiliadas las embarcaciones. Las especies procedentes de la acuicultura no pasan por lonja. La flota de litoral y de altura de fresco tienen libertad de elección en el desembarco de la pesca. Éste es un factor limitante de la concentración natural de las lonjas y explicativo, en parte, de las diferencias encontradas, pues dispersa a compradores y vendedores.

El resultado del análisis de variancia (prueba F-Snedecor) ha permitido deducir la existencia de diferencias significativas en los precios de los productos en diferentes lonjas, sin embargo, para ver el efecto de los factores anteriormente expuestos sobre estas diferencias es necesario un análisis individualizado de los mismos.

Para valorar el efecto del volumen de contratación se hizo un análisis complementario, descartando aquellas lonjas de menor volumen, cuya media mensual, en kilogramos, fuera inferior al valor del tercer cuartil para la especie subastada en cada una de las lonjas. El resultado fue que de las 87 especies que presentaron diferencias significativas en la primera prueba, 71 volvieron a presentarlas en la segunda (ver tabla 3)

RESULTADOS PRUEBA F-SNEDECOR (1ª)			
PRUEBA 1	SIG.	NO SIG.	TOTAL
BAJURA	34	10	44
ALTURA	25	12	37
MIXTO	12		12
TOTAL	71	22	93

La comparación de resultados obtenidos entre la prueba 1 y la prueba 2 puede verse en la tabla siguiente:

Comparación de resultados según volumen de contratación		
	PRUEBA	
	1	2
NO SIGNIFICATIVOS	6	22
SIGNIFICATIVOS	87	71
Total especies	93	93

La diferencia entre la primera y segunda prueba es significativa (prueba chi-cuadrado, anexo, cuadro 1), poniendo de manifiesto que el volumen de contratación en lonja es un factor que influye en la diferencia de precios encontrada para la misma especie en lonjas diferentes.

La influencia de los factores calidad y tamaño de las especies no se revelaron significativos (Ver anexo cuadros 2 y 3), tanto en la prueba 1 (total lonjas), como en la prueba 2 (concentración de lonjas) (Tablas 5 y 6). La prueba chi-cuadrado se realizó entre aquellas especies que en el mercado tienen precios distintos dependiendo de la calidad y tamaño, y aquellas otras que son homogéneas en calidad y tamaño, o bien en las que estos atributos no afectan a su precio. Es decir, la no consideración de la calidad y el tamaño en los datos oficiales desvirtúan el precio medio de la especie, pero tal efecto también se presenta, por el mismo motivo, en todas las lonjas, con lo cual no afecta a la variabilidad del precio medio entre las lonjas.

PRUEBA 1	Especies afectadas por la calidad/talla		Especies no afectadas		TOTAL
	SIGNF.	NO SIGN.	SIGNF.	NO SIGN.	
BAJURA	39		15		44
ALTURA	26	5	5	1	36
MIXTO	12				13
TOTAL	77	3	20	1	93

PRUEBA 1	Especies afectas por la calidad/talla		Especies no afectadas		TOTAL
	SIGNF.	NO SIGN.	SIGNF.	NO SIGN.	
BAJURA	24	5	10	5	44
ALTURA	21	10	4	2	36
MIXTO	12				13
TOTAL	57	3	20	1	93

Con respecto a la regulación de la pesca de bajura y marisqueo, la prueba chi-cuadrado muestra un resultado significativo (anexo cuadro 4), señalando que el tipo de pesca: bajura, altura o ambos (mixtos) tienen incidencia en la variabilidad de precios entre lonjas. Solo en la pesca de altura, en la prueba 1, la diferencia de precios no es significativa en 6 especies (Tabla 7), sin embargo, en la prueba 2, las diferencias de precios no son significativas en 22 especies (Tabla 8).

PRUEBA 1		TIPO PESCA			Total
		BAJURA	ALTURA	MIXTO	
NO SIGNIFICATIVO (F-Snedecor)	Recuento	0	6	0	6
	% de TIPO PESCA	,0%	16,7%	,0%	6,5%
SIGNIFICATIVO (F-Snedecor)	Recuento	44	30	13	87
	% de TIPO PESCA	100,0%	83,3%	100,0%	93,5%
Total	Recuento	44	36	13	93

PRUEBA 1		TIPO PESCA			Total
		BAJURA	ALTURA	MIXTO	
NO SIGNIFICATIVO (F-Snedecor)	Recuento	10	12	0	22
	% de TIPO PESCA	22,7%	32,4%	,0%	23,7%

(continuación)

PRUEBA 1		TIPO PESCA			Total
		BAJURA	ALTURA	MIXTO	
SIGNIFICATIVO (F-Snedecor)	Recuento	34	25	12	71
	% de TIPO PESCA	77,3%	83,3%	100,0%	76,3%
Total	Recuento	44	37	12	93

Tal como era de prever, la regulación afecta a la movilidad de vendedores para acceder a la lonja de su elección, por lo que dispersa el número de compradores entre un gran número de lonjas, produciéndose los efectos esperados respecto a la variabilidad de precios derivada de la regulación del mercado. El efecto regulación queda diluido al aplicar la prueba 2 (con las lonjas concentradas), de tal modo que el resultado de la prueba chi-cuadrado deja de ser significativo, con un riesgo α del 0,05 (Ver anexo cuadro 5).

Del análisis de precios efectuado puede deducirse que la actual configuración de la estructura del sector, articulada a través de cofradías, que tienen control sobre las lonjas, es decir, que tienen espacios reconocidos de gestión, induce a la existencia de múltiples puntos de primera venta en fresco y, en consecuencia a la gran variabilidad de los precios entre ellos. Produciéndose, por tanto, una distorsión de la información del precio de mercado. La carencia de una información fidedigna y representativa del precio de la especie puede acarrear algunas consecuencias negativas en la asignación y distribución de los productos. Por lo que las cooperativas que deseen operar bajo permisos de explotación para el marisqueo o pesca de bajura se enfrentarán a la incertidumbre en la correcta toma de decisiones en lo concerniente a la localización y productos a explotar.

6. POSIBILIDADES DE DESARROLLO DE SOCIEDADES COOPERATIVAS DE MAR

La posibilidad de explotación de una zona y la libertad de comercialización son las claves para lograr un mercado eficiente de los productos del mar, al tiempo que podría permitir una explotación más rentable de estos recursos por parte de los productores.

La valoración empírica de la eficiencia no es posible, ya que al impedirse el libre establecimiento de cooperativas en el mismo ámbito

que la cofradía, es imposible realizar una comparación que lo permita.

Sin embargo, dadas estas limitaciones, las alternativas para el establecimiento de sociedades cooperativas podrían plantearse a través de diversas opciones.

Las actividades relacionadas con la acuicultura, tanto en mar, como en tierra, una vez obtenido el permiso habilitante correspondiente, pueden optar por cualquier fórmula jurídica para su constitución (Tabla 9). En teoría esta es la actividad con menores condicionantes legales de los que se han estudiado.

Los pescadores y mariscadores deben disponer del permiso de explotación para desempeñar su actividad, independientemente del tipo de actividad que desarrollen, y sus capturas pasan obligatoriamente por lonja, con el inconveniente añadido de que la puja se realiza a la baja y sus productos son altamente perecederos.

La agrupación de estos productores, a través de sociedades cooperativas, podría realizarse (Tabla 9):

- Mediante la constitución de una sociedad cooperativa de consumidores, cuyo objeto social fuese la compra en lonja de las capturas por ellos efectuadas. De este modo, la empresa de la que son socios obtendrá la propiedad de sus productos, que posteriormente venderían en el mercado, directamente o tras un proceso de catalogación o elaboración.
- Mediante la constitución de una sociedad cooperativa de proveedores, en la que se agruparían personas con permisos de explotación, con el objetivo de vender conjuntamente en lonja su producción, con las ventajas que su agrupación podría tener en el precio de venta, en relación con el obtenido al operar individualmente. Sin embargo, en este caso, pueden plantearse problemas derivados de la necesaria ratificación del acuerdo de creación de la empresa por parte del cabildo de la cofradía de la que forman parte, cuando se trate de actividades de pesca de bajura y marisqueo.

Estas dos opciones son legalmente posibles, pues, en cuanto al acceso al permiso de explotación, puede obtenerse cuando la actividad a desarrollar constituya una fuente de ingresos complementaria de otra principal relacionada con la pesca²⁹. Y en cuanto a la adquisición de productos frescos de la pesca y el marisqueo en lonja o centros de venta, puede ser efectuada tanto por comerciantes al por menor de la localidad

²⁹ GALICIA: *Ley 6/1993...* opus cit art. 39.

en la que se encuentre el puerto donde se efectúen las compras, como por industriales que se dediquen a cualquier tipo de transformación de pescado o marisco en fresco³⁰..

En consecuencia, la constitución de sociedades cooperativas, tanto para la adquisición y comercialización, como para la transformación y posterior comercialización, es posible.

A pesar de ello, para la actividad de marisqueo, la concesión de una zona de exclusión marítima terrestre permitiría la creación de una sociedad cooperativa de mar que actuase desde la extracción hasta el último eslabón de la cadena de valor del producto. El sistema de concesión ofrece a la empresa mayor estabilidad en cuanto al tiempo que el recurso público puede ser explotado³¹, lo que unido a la posibilidad, inherente al mismo, de venta sin pasar por lonja, le confiere unas características más adecuadas para la implantación y desarrollo de una actividad empresarial.

CANAL	Posibilidad de implantación de Sociedades Cooperativas		
	Pesca	Marisqueo	Acuicultura
Concesión		COOP. PROVEEDORES COOP. PRODUCCIÓN	COOP. EXPLOTACIÓN RECURSOS ACUÍCOLAS
Autorización		COOP. PROVEEDORES COOP. PRODUCCIÓN	
P. Actividad			COOP. EXPLOTACIÓN RECURSOS ACUÍCOLAS
P. Explotación	COOP. PROVEEDORES COOP. CONSUMIDORES	COOP. PROVEEDORES COOP. CONSUMIDORES	

³⁰GALICIA: Decreto 419/1993, ... , *opus cit.*

³¹ Tal como expresa la LEY 6/1993 de pesca: Mientras el permiso de explotación se otorga por un período de 5 años a renovar anualmente, la autorización se otorga por un período de 5 años, renovable por períodos de igual duración, hasta un máximo de 30 años y la concesión se otorga por un período de 10 años, renovable por períodos de igual duración, hasta un máximo de 30 años.

7. CONCLUSIONES

El análisis realizado a lo largo de este trabajo ha permitido mostrar la realidad actual del movimiento cooperativo de mar en Galicia, caracterizado por la existencia de un número muy reducido de empresas, de escasa representatividad, aunque es destacable, por su relativa importancia, el caso de las sociedades que se dedican a la explotación de bateas.

Del estudio de las condiciones administrativas y operativas para poder desarrollar las actividades de pesca de bajura, marisqueo y acuicultura, así como de los precios medios de venta en lonja de las especies capturadas en el año 2003, se desprenden las siguientes conclusiones:

- La práctica imposibilidad que otras entidades distintas a las cofradías tienen de obtener títulos habilitantes tales como la autorización para el marisqueo, constituye una importante barrera para la implantación de las sociedades cooperativas del mar.
- La obligatoria canalización de los productos procedentes de la pesca de bajura y marisqueo a través de subasta en lonja recorta la posibilidad de asociación para desarrollar las fases de elaboración y comercialización, posteriores a la de extracción o pesca que se duplica en el caso del marisqueo al ser necesario la previa aclaración.
- La regulación con fines de control lleva aparejada la existencia de una gran número de lonjas lo que conduce a una importante variabilidad de los precios para una misma especie entre lonjas.

A pesar de todo ello, con la actual situación del sector y la legislación aplicable, la constitución de sociedades cooperativas es posible. Su constitución como sociedades cooperativas de consumidores o de proveedores de los productos capturados permitiría a sus socios avanzar en la captación de eslabones de la cadena de valor del producto. Sin embargo, en determinados casos, sería deseable disponer de los títulos administrativos habilitantes (concesión, autorización) a través de los que se puede explotar un espacio limitado del recurso, natural, por un periodo de tiempo y en unas condiciones establecidas. Es decir, rentabilizando los recursos naturales por parte de los profesionales del sector, a la vez que se conservan el medio ambiente.

8. BIBLIOGRAFÍA

- CABALEIRO CASAL, M.^a José. La articulación de una estructura empresarial en las rías mediante sociedades cooperativas: reflexiones previas para una propuesta de futuro. *Revista Cooperativismo e Economía Social*, XaneiroXullo 2002.

- CABALEIRO CASAL, M.^a José. La intercooperación de las sociedades cooperativas: *Su aplicación en el desarrollo rural integral de la Comunidad Autónoma de Galicia*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia, 2004.
- CONSELLERÍA DE PESCA E ASUNTOS MARÍTIMOS. *Cofradías de pescadores*. Disponible en Internet: <http://www.pescadegalicia.com>. Fecha de realización: 04/08/2004, fecha consulta: 06/09/2004.
- CONSELLO ECONÓMICO E SOCIAL DE GALICIA. *O sector pesqueiro en Galicia*. Colección Informes 3/02. Disponible en Internet: <http://www.ces-galicia.org/pdf/informes/> Fecha de publicación: 2002, fecha de consulta: 07/10/04.
- CONSELLO ECONÓMICO E SOCIAL DE GALICIA. *Situación e perspectivas do sector do marisqueo a pé en Galicia*. Colección Informes 2/01. Disponible en Internet: <http://www.ces-galicia.org/pdf/informes/>. Fecha de publicación: 2001, fecha de consulta: 07/10/04.
- FERNÁNDEZ-FEIJÓO SOUTO, Belén; LÓPEZ CORRALES, Francisco; RUIZ BLANCO, Silvia. Las cofradías de pescadores en España: factores económicos bajo la perspectiva legislativa estatal y autonómica. Especial referencia a la contabilidad. Aceptado en el: *X Congreso de Contabilidad del Instituto Superior de Contabilidad y Auditoría de Lisboa (ISCAL)*, a celebrar en Estoril en noviembre de 2004.
- FERNÁNDEZ OUTEIRAL, X. M. Cooperativas do mar e ordenación bioeconómica do marisqueo. *Revista Cooperativismo e Economía Social*, n.º 7, Xaneiro-Xullo 1993, p. 25-34.
- GALICIA. Decreto 261/2002, de 30 de julio, por el que se aprueban las normas reguladoras de las cofradías de pescadores y sus federaciones. *B.O.E.*, n.º 158, de 19 de agosto de 2002.
- GALICIA. Decreto 419/1993, del 17 de diciembre, por el que se refunde la normativa vigente sobre descarga, primera venta y comercialización de los recursos marinos en fresco. *DOGA*, n.º 13, de 20 de enero de 1994.
- GALICIA. Ley 5/1998, de 18 de diciembre, de cooperativas de Galicia. *B.O.E.*, N.º 251, de 30 de diciembre.
- GALICIA. Ley 6/1993, de 11 de mayo, de pesca de Galicia. *B.O.E.*, N.º 101, de 31 de mayo de 1993.
- GALICIA. Ley 9/1993, de cofradías de pescadores de Galicia. *B.O.E.*, N.º 134, del 15 de julio de 1993.
- GALICIA. Ley orgánica del Estatuto de Autonomía de Galicia. *B.O.E.*, n.º 24, del 1 de octubre de 1981.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, Carlos. El problema de la doble condición de los socios-trabajadores (socios-proveedores y socios-consumidores) ante la gerencia de la empresa cooperativa. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, n.º 56 y 57, 1988-1989, p. 83-121.
- III CONGRESO GALEGO DE COOPERATIVAS. *O libro Branco: un impulso para o futuro*. Santiago de Compostela, diciembre de 2003.
- INSTITUTO GALEGO DE ESTADÍSTICA. *Macromagnitudes da pesca, año 2002*. Disponible en Internet: <http://ige.xunta.es/ga/home.htm>. Fecha de realización: 15/07/2004, fecha consulta: 06/09/2004.

PERNAS, Ernesto. Elementos para unha ordenación integral dos usos do medio litoral de Galicia. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia, 2000.

XUNTA DE GALICIA. *Seminario novos eidos para o cooperativismo*. Santiago de Compostela: Consellería de Xustiza, Interior e Relacións Laborais, 2001.

XUNTA DE GALICIA. *A Pesca - O marisqueo a pé: Profesionalización e semicultivo*. Disponible en internet: http://www.xunta.es/galicia2004/gl/07_08.htm. Fecha consulta: 06/09/2004.

XUNTA DE GALICIA. *Libro blanco de cooperativas de Galicia*. Santiago de Compostela: Dirección Xeral de Relacións Laborais; Consello Galego de Cooperativas, 2004.

9. ANEXO

CUADRO 1

Pruebas de chi-cuadrado para el efecto concentración de lonjas					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,763(b)	1	0,001		
Corrección por continuidad(a)	9,460	1	0,002		
Razón de verosimilitud	11,343	1	0,001		
Estadístico exacto de Fisher				0,002	0,001

a. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b. 0 casillas (0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 14,00.

CUADRO 2
PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

Para la Prueba 1 (todas las lonjas)	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	0,128(b)	1	0,720		
Corrección por continuidad(a)	0,000	1	1,000		
Razón de verosimilitud	0,137	1	0,711		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	0,590
Asociación lineal por lineal	0,127	1	0,722		
N. de casos válidos	93				

a. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,35.

CUADRO 3
PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

Para la Prueba 2 (Concentración)	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,407(b)	1	0,236		
Corrección por continuidad(a)	0,800	1	0,371		
Razón de verosimilitud	1,333	1	0,248		
Estadístico exacto de Fisher				0,253	0,184
Asociación lineal por lineal	1,391	1	0,238		
N. de casos válidos	93				

a. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,97.

CUADRO 4
PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

Para la Prueba 1 (todas las lonjas)	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,155(a)	2	0,006
Razón de verosimilitud	12,054	2	0,002
Asociación lineal por lineal	1,405	1	0,236
N. de casos válidos	93		

a. 3 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,84.

CUADRO 5
PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

Para la Prueba 2 (Concentración)	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,317(a)	2	0,070
Razón de verosimilitud	7,966	2	0,019
Asociación lineal por lineal	0,719	1	0,396
N. de casos válidos	93		

a. 1 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,84.

CUADRO 6
PRUEBAS F-SNEDECOR POR ESPECIE Y PRUEBA (1,2)

ESP.	PR.	CAL.	T. P.	MEDIA	DE	GL-N	GL-D	F RATIO	SIG. AL O5	N.º LJS
1	1	CT	M	5,42	1,82	28	202	8,52	SIG	29
1	2	CT	M	5,45	1,79	7	62	11,02	SIG	8
2	1	X	A	9,54	3,43	24	184	13,34	SIG	25
2	2	X	A	7,91	3,43	5	55	32,01	SIG	6
3	1	T	B	1,85	3,48	5	28	10,42	SIG	6
3	2	T	B	0,93	0,44	1	10	1,79	NO	2
4	1	T	A	6,38	9,30	1	8	2,15	NO	2
4	2	T	A	6,38	9,30	1	8	2,15	NO	2
5	1	CT	B	14,11	3,70	27	199	3,34	SIG	28
5	2	CT	B	13,90	3,39	21	165	4,03	SIG	22
6	1	CT	B	5,92	1,58	6	49	8,24	SIG	7
6	2	CT	B	6,24	1,66	3	31	14,10	SIG	4
7	1	CT	B	23,14	5,70	31	206	6,17	SIG	32
7	2	CT	B	24,20	5,89	11	89	8,88	SIG	12
8	1	CT	B	9,12	1,74	17	101	3,51	SIG	18
8	2	CT	B	9,47	1,70	5	41	1,75	NO	6
9	1	CT	B	9,56	2,26	20	156	8,15	SIG	21
9	2	CT	B	9,11	1,89	7	70	12,85	SIG	8
10	1	CT	B	6,74	3,06	4	40	20,41	SIG	5
10	2	CT	B	7,62	0,92	1	17	258,01	SIG	2
11	1	CT	A	4,17	1,16	4	32	2,06	NO	5
11	2	CT	A	4,28	1,22	2	25	2,40	NO	3
12	1	CT	A	2,06	1,41	5	42	25,16	SIG	6
12	2	CT	A	1,57	1,20	2	29	63,45	SIG	3
13	1	T	A	2,63	2,45	7	28	3,52	SIG	8
13	2	T	A	2,25	1,50	1	11	37,10	SIG	2
14	1	X	B	3,85	1,76	17	137	24,13	SIG	18
14	2	X	B	2,36	0,80	3	44	3,54	SIG	4

(continuación)

ESP.	PR.	CAL.	T. P.	MEDIA	DE	GL-N	GL-D	F RATIO	SIG. AL 05	N.º LJS
15	1	T	B	3,14	1,23	26	189	8,59	SIG	27
15	2	T	B	3,21	1,09	17	140	9,83	SIG	18
16	1	T	B	3,00	1,52	11	84	26,68	SIG	12
16	2	T	B	2,36	0,99	2	33	23,29	SIG	3
17	1	CT	B	4,78	1,62	5	27	4,92	SIG	6
17	2	CT	B	4,41	1,80	3	17	4,45	SIG	4
18	1	X	B	0,54	1,02	19	103	4,35	SIG	20
18	2	X	B	0,34	1,06	8	55	1,15	NO	9
19	1	T	B	7,56	2,62	11	67	6,25	SIG	12
19	2	T	B	7,37	2,98	3	31	17,80	SIG	4
20	1	X	B	1,24	0,80	2	22	9,74	SIG	3
20	2	X	B	1,24	0,80	2	22	9,74	SIG	3
21	1	CT	A	4,70	1,66	2	17	1,21	NO	3
21	2	CT	A	4,73	1,76	1	15	2,21	NO	2
22	1	X	B	1,21	0,41	2	26	1,75	NO	3
22	2	X	B	1,21	0,41	2	26	1,75	NO	3
23	1	T	A	1,21	0,40	2	25	2,40	NO	3
23	2	T	A	1,13	0,31	1	17	3,25	NO	2
24	1	CT	A	3,40	3,50	6	44	32,45	SIG	7
24	2	CT	A	1,29	0,40	2	22	9,46	SIG	3
25	1	T	B	32,54	15,72	27	164	9,54	SIG	28
25	2	T	B	30,06	12,15	12	57	7,43	SIG	13
26	1	T	B	2,13	0,67	5	19	3,69	SIG	6
26	2	T	B	2,47	0,49	1	5	0,10	NO	2
27	1	T	B	5,47	1,76	20	111	4,65	SIG	21
27	2	T	B	6,17	1,49	7	45	5,12	SIG	8
28	1	T	A	3,60	2,61	7	43	4,80	SIG	8
28	2	T	A	2,82	0,68	2	21	0,09	NO	3
29	1	T	A	7,23	4,19	8	65	18,56	SIG	9

(Continuación)

ESP.	PR.	CAL.	T. P.	MEDIA	DE	GL-N	GL-D	F RATIO	SIG. AL 05	N.º LJS
29	2	T	A	4,74	2,95	4	36	6,53	SIG	5
30	1	X	A	1,47	0,94	19	142	6,69	SIG	20
30	2	X	A	1,54	1,11	6	59	4,19	SIG	7
31	1	CT	B	10,61	3,64	26	141	4,46	SIG	27
31	2	CT	B	11,25	2,93	9	60	3,34	SIG	10
32	1	CT	M	5,04	2,00	28	236	7,66	SIG	29
32	2	CT	M	5,12	1,72	11	94	3,48	SIG	12
33	1	X	B	2,12	1,08	22	176	5,66	SIG	23
33	2	X	B	1,65	0,90	7	61	3,03	SIG	8
34	1	CT	A	21,03	17,33	10	110	82,66	SIG	11
34	2	CT	A	13,41	7,17	5	66	3,63	SIG	6
35	1	T	M	1,71	0,70	32	276	5,07	SIG	33
35	2	T	M	1,67	0,66	12	122	5,67	SIG	13
36	1	X	B	3,00	3,75	4	16	34,57	SIG	5
36	2	X	B	1,18	0,44	1	4	0,38	NO	2
37	1	T	A	2,52	0,91	6	67	16,57	SIG	7
37	2	T	A	2,76	0,54	3	44	7,28	SIG	4
38	1	X	B	2,03	1,82	4	22	1897,71	SIG	5
38	2	X	B	1,20	0,04	1	9	2,20	NO	2
39	1	CT	M	12,15	2,89	30	228	10,03	SIG	31
39	2	CT	M	12,39	2,41	9	83	6,70	SIG	10
40	1	X	B	3,00	0,98	12	63	6,20	SIG	13
40	2	X	B	2,86	1,07	4	33	8,94	SIG	5
41	1	X	B	4,78	1,48	2	17	10,72	SIG	3
41	2	X	B	3,90	0,34	1	10	1,03	NO	2
42	1	X	B	4,07	1,52	8	49	14,80	SIG	9
42	2	X	B	4,31	1,01	2	21	4,40	SIG	3
43	1	T	M	9,33	3,76	23	154	9,21	SIG	24
43	2	T	M	6,53	3,59	4	37	14,99	SIG	5

(Continuación)

ESP.	PR.	CAL.	T. P.	MEDIA	DE	GL-N	GL-D	F RATIO	SIG. AL 05	N. ^o LJS
44	1	CT	M	3,44	2,19	30	239	20,29	SIG	31
44	2	CT	M	1,77	0,87	6	75	10,43	SIG	7
45	1	CT	A	5,22	2,92	16	125	19,04	SIG	17
45	2	CT	A	3,93	2,16	5	50	29,39	SIG	6
46	1	CT	A	5,49	2,71	6	51	27,51	SIG	7
46	2	CT	A	5,31	2,54	2	33	43,24	SIG	3
47	1	CT	M	2,11	0,83	34	267	3,84	SIG	35
47	2	CT	M	2,04	0,93	9	96	7,75	SIG	10
48	1	CT	M	16,30	3,96	32	255	4,20	SIG	33
48	2	CT	M	16,62	3,89	9	101	2,99	SIG	10
49	1	CT	A	0,99	0,61	16	128	10,71	SIG	17
49	2	CT	A	0,81	0,36	5	65	26,60	SIG	6
50	1	T	A	23,27	5,51	5	18	1,31	NO	6
50	2	T	A	23,53	5,29	1	10	0,03	NO	2
51	1	CT	A	9,26	4,31	30	184	11,84	SIG	31
51	2	CT	A	6,10	3,83	7	71	22,37	SIG	8
52	1	X	B	2,66	1,14	27	212	7,14	SIG	28
52	2	X	B	2,97	1,10	9	80	5,47	SIG	10
53	1	T	A	3,98	2,98	12	93	21,42	SIG	13
53	2	T	A	3,43	1,07	4	54	15,54	SIG	5
54	1	T	A	1,96	0,66	8	81	9,90	SIG	9
54	2	T	A	1,99	0,66	5	66	20,48	SIG	6
55	1	CT	A	16,63	4,85	11	83	4,75	SIG	12
55	2	CT	A	14,99	4,48	3	38	2,38	NO	4
56	1	CT	B	0,93	0,80	14	92	2,33	SIG	15
56	2	CT	B	0,95	0,50	4	40	3,38	SIG	5
57	1	T	B	15,52	2,02	9	58	4,52	SIG	10
57	2	T	B	16,13	2,04	4	33	3,69	SIG	5
58	1	T	B	14,76	5,68	30	153	12,27	SIG	31

(continuación)

ESP.	PR.	CAL.	T. P.	MEDIA	DE	GL-N	GL-D	F RATIO	SIG. AL 05	N.º LJS
58	2	T	B	15,27	5,84	12	71	10,12	SIG	13
59	1	T	A	8,69	4,26	22	153	6,10	SIG	23
59	2	T	A	10,56	5,10	6	60	5,10	SIG	7
60	1	T	B	4,25	2,99	4	28	-	SIG	5
60	2	T	B	3,98	3,56	1	13	-	SIG	2
61	1	T	B	1,78	0,44	13	28	7,85	SIG	14
61	2	T	B	1,54	0,25	6	13	37,66	SIG	7
62	1	T	A	4,20	1,50	15	112	4,41	SIG	16
62	2	T	A	4,07	1,00	3	39	3,17	SIG	4
63	1	T	A	6,55	2,36	6	53	11,93	SIG	7
63	2	T	A	4,67	1,16	1	22	9,12	SIG	2
64	1	X	A	2,80	2,06	8	75	69,48	SIG	9
64	2	X	A	1,93	0,63	4	46	10,26	SIG	5
65	1	T	A	1,53	0,62	4	36	2,88	SIG	5
65	2	T	A	1,87	0,75	1	15	0,20	NO	2
66	1	CT	A	5,35	1,88	25	224	14,01	SIG	26
66	2	CT	A	5,52	1,33	7	88	12,81	SIG	8
67	1	CT	A	2,94	2,24	30	239	6,66	SIG	31
67	2	CT	A	2,49	1,82	8	86	12,51	SIG	9
68	1	CT	B	28,33	12,62	19	112	7,21	SIG	20
68	2	CT	B	28,09	10,11	7	54	10,12	SIG	8
69	1	CT	A	4,85	1,59	33	280	10,78	SIG	34
69	2	CT	A	4,49	1,11	6	77	11,57	SIG	7
70	1	CT	B	5,47	1,05	37	303	13,03	SIG	38
70	2	CT	B	5,54	0,98	11	99	16,37	SIG	12
71	1	X	A	1,01	0,37	9	85	11,16	SIG	10
71	2	X	A	0,78	0,15	2	33	0,39	NO	3
72	1	X	A	1,67	0,68	13	132	7,48	SIG	14
72	2	X	A	1,58	0,44	5	66	10,79	SIG	6

(Continuación)

ESP.	PR.	CAL.	T. P.	MEDIA	DE	GL-N	GL-D	F RATIO	SIG. AL 05	N.º LJS
73	1	T	M	9,39	2,47	16	123	7,55	SIG	17
73	2	T	M	10,52	2,19	6	59	7,43	SIG	7
74	1	CT	A	2,46	3,39	36	277	22,54	SIG	37
74	2	CT	A	1,61	0,56	7	81	2,08	NO	8
75	1	CT	A	5,01	2,02	16	144	21,84	SIG	17
75	2	CT	A	3,84	0,82	4	55	5,23	SIG	5
76	1	X	B	1,47	0,59	23	142	5,76	SIG	24
76	2	X	B	1,61	0,45	7	67	0,24	NO	8
77	1	CT	B	12,41	3,29	29	222	4,41	SIG	30
77	2	CT	B	13,07	3,15	9	89	3,70	SIG	10
78	1	CT	A	17,96	5,13	32	242	7,33	SIG	33
78	2	CT	A	18,56	5,48	9	87	10,96	SIG	10
79	1	X	B	0,88	1,31	4	31	1,53	SIG	5
79	2	X	B	0,74	1,32	1	16	1,71	NO	2
80	1	T	B	8,40	3,03	6	47	16,40	SIG	7
80	2	T	B	8,79	2,22	1	20	3,14	SIG	2
81	1	T	B	9,17	2,65	23	174	19,70	SIG	24
81	2	T	B	9,29	3,01	6	61	39,52	SIG	7
82	1	T	A	7,71	2,70	23	198	23,93	SIG	24
82	2	T	A	7,40	3,29	6	69	45,52	SIG	7
83	1	CT	A	1,09	0,84	25	151	14,39	SIG	26
83	2	CT	A	0,62	0,20	6	49	1,34	NO	7
84	1	T	B	6,08	1,96	30	206	8,66	SIG	31
84	2	T	B	6,46	2,31	9	83	11,62	SIC	10
85	1	X	B	2,48	1,79	16	128	19,35	SIG	17
85	2	X	B	2,83	1,12	3	44	28,35	SIG	4
86	1	X	B	1,20	0,52	4	30	8,96	SIG	5
86	2	X	B	1,39	0,60	1	14	13,77	SIC	2
87	1	T	M	3,51	1,42	20	128	20,70	SIG	21

(Continuación)

ESP.	PR.	CAL.	T. P.	MEDIA	DE	GL-N	GL-D	F RATIO	SIG. AL O5	N. ^o LJS
87	2	T	M	2,92	1,78	3	31	128,20	SIG	4
88	1	X	B	2,11	2,31	3	26	7,44	SIG	4
88	2	X	B	2,15	2,71	1	20	17,24	SIG	2
89	1	X	B	1,49	2,53	3	23	11,64	SIG	4
89	2	X	B	0,21	0,15	1	11	25,68	SIG	2
90	1	T	B	4,96	1,67	2	6	5,48	SIG	3
90	2	T	B	4,47	1,89	1	4	5,20	NO	2
91	1	CT	M	0,61	0,68	28	207	2,23	SIG	29
91	2	CT	M	0,50	0,36	10	88	3,24	SIG	11
92	1	T	B	4,02	1,23	13	90	7,02	SIG	14
92	2	T	B	5,06	1,08	2	31	4,69	SIG	3
93	1	CT	M	0,85	0,71	33	241	10,13	SIG	34
93	2	CT	M	0,64	0,38	10	94	10,70	SIG	11

En la primera columna, ESP, se muestran las 93 especies para las pruebas F-Snedecor 1 y 2.

La segunda, PR, se relacionan los resultados de las pruebas 1 y 2, F-Snedecor, en cada una de las 93 especies.

La tercera, CAL, se indica, para cada especie, si el precio está afectado por la talla, T, la calidad y talla, CT, o estas variables no afectan al precio de la especie, X.

La cuarta, T.P., el tipo de pesca: A, altura, B, bajura, M, mixta.

La quinta, MEDIA, indica el precio medio, de la especie para todas las lonjas (en la prueba 1), o para las lonjas concentradas (prueba 2), una vez descartadas las de menor volumen.

La sexta, DE, la desviación estándar.

La séptima, GL N, muestra los grados de libertad del numerador de ratio F-Snedecor.

La octava, GL D, muestra los grados de libertad del denominador de ratio F-Snedecor.

La novena, F RATIO, indica el valor- del ratio F-Snedecor:

La décima, SIG AL 0.05, indica si la prueba resulto significativa (SIG) o no significativa (NO), con un riesgo del 5%.

La décimo primera, N.^o LJS, señala el número de lonjas en las que se subastó cada especie, a las que se le aplico la prueba F-Snedecor.

ACTITUDES, MOTIVACIÓN Y CREACIÓN DE EMPRESAS: EL CASO DE LOS EMPRENDEDORES EN SISTEMA COOPERATIVO

POR
FRANCISCO DÍAZ BRETONES*

RESUMEN

El fenómeno del cooperativismo ha sido estudiado desde diversas perspectivas con el fin de describir las semejanzas y diferencias con respecto a otras fórmulas jurídicas empresariales. La bibliografía es prolija en el estudio histórico, descriptivo, legislativo y contable, pero las actitudes y motivaciones de los propios socios cooperativistas no han sido estudiadas, especialmente en las de trabajo asociado. Tradicionalmente, el estudio sobre la creación de empresas en general se ha realizado desde un esquema schumpeteriano entendiéndose que los empresarios poseen unas características que los diferencian del resto de la población trabajadora. En el caso de las cooperativas de trabajo asociado varios han sido los argumentos utilizados para explicar tales motivaciones: el empleo, las subvenciones o, finalmente, la ideología y los valores. En el presente artículo, tras analizar de manera genérica las actitudes y motivaciones de los empresarios repasamos esos argumentos en la decisión de crear una cooperativa de trabajo asociado citando estudios que corroboran o refutan tales ideas. Finalmente, se aportan otras explicaciones sobre la actitud y motivación hacia la creación de cooperativas de trabajo asociado.

Palabras clave: Cooperativa de trabajo asociado, empresario, empleo, subvención, ideología, estereotipo, perfil, valores

ABSTRACT

The phenomenon of cooperatives has been studied from different perspectives in order to explain its likeness and differences relative to

* Profesor del Departamento de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del Comportamiento de la Universidad de Granada. Investigador de la Escuela de Estudios Cooperativos.

REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos • Núm. 84. 2004

other managerial systems. There is a large bibliography of historical, descriptive, legislative and accounting studies, but the owner's cooperative attitudes and motivations have not been studied, especially in worker cooperatives. Traditionally, the study of the creation of companies, in general, has been carried out from Schumpeter's point of view understanding that entrepreneurs have different characteristics from the worker population. In the case of worker cooperatives, several arguments have been used for their appeal: the employment, the subsidies, or, finally, the ideology and the values. In this present article, analysing the entrepreneurs' attitudes and motivations we review these arguments about the decision to create a worker cooperative, citing diverse studies that corroborate or refute such ideas. Finally, other explanations are offered on the attitude and motivation for the creation of cooperative.

Key words: Worker cooperative, entrepreneur, employment, subsidies, ideology, stereotype, profile, values

1. INTRODUCCIÓN

Las políticas y acciones para el fomento de la conducta empresarial han experimentado un notable incremento a partir de la década de los años 90 en prácticamente todos los países occidentales. Tal auge ha sido debido, entre otras razones, a la inestabilidad actual del mercado de trabajo, a la prevalencia de valor de lo «privado» sobre lo «público» y al deseo de los ciudadanos por satisfacer sus intereses y necesidades individuales fuera de las organizaciones ya existentes.

A partir de esta realidad social se han desarrollado diversas investigaciones (sobre todo norteamericanas y con menor intensidad europeas) para determinar las características esenciales de estos nuevos empresarios¹. De manera general, los modelos clásicos sobre el estudio de los emprendedores se han centrado, sobre todo, en aproximaciones sobre rasgos sociodemográficos (familiares, laborales y formativos) y de personalidad específicos siguiendo el modelo schumpeteriano de empresario entendido éste como un tipo especial de persona con características individuales que los diferenciarán de los gerentes de esas mismas empresas y del resto de la población.

En posteriores estudios se ha profundizado más en dichos rasgos señalando otros de carácter psicosocial como, por ejemplo, la motivación

¹ SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoría del desenvolvimiento económico*. Mexico: Fondo de Cultura Económica. 1963 [original de 1911]. 255 p.

de logro o tendencia del empresario hacia tareas que considera desafiantes y difíciles²; o determinadas características diferenciales de personalidad como, por ejemplo, su mayor tendencia a realizar atribuciones internas de los acontecimientos que ocurren en su vida³. Dicha tendencia tendría, por otra parte, cierta lógica, ya que aquellas personas que supongan que las acciones no dependen de su esfuerzo, difícilmente se embarcarán en aventuras empresariales.

Estas aproximaciones han pretendido caracterizar a los empresarios con el fin de poder determinar las variables que predigan la conducta empresarial de futuros emprendedores.

Sin embargo, en los últimos años se están iniciando nuevas líneas de investigación que centran más su atención en factores tales como las actitudes, las motivaciones y las percepciones hacia la creación de empresa, como mejor aproximación y predictor al estudio de la conducta emprendedora. Pensemos que las personas no solemos actuar de manera azarosa, sobre todo en aquellos asuntos que consideramos especialmente importantes sino que, detrás de la mayoría de nuestras acciones significativas, suele existir un porqué, una actitud y una motivación.

Centrándonos en la actitud, ésta es una predisposición a realizar una acción. Por tanto, su principal virtualidad es que, a través de ellas, podemos predecir la conducta de las personas, promoviéndolas o inhibiéndolas en consecuencia. Existen multitud de definiciones

² McCLELLAND, David. *La sociedad ambiciosa*. Madrid: Guadarrama, 1968, 2 tomos 905 p.

McCLELLAND, David C. y BURNHAM, David H. Power is the great motivator: *Harvard Business Review*, march-april, 1976, p. 100-110. PANDEY, Janak y TAWARY, N. B. Locus of control and achievement values of entrepreneurs. *Journal of Occupational Psychology*, n.º 52, 1979, p. 107-111. HORNADAY, J. A. Y ABOUD, J. Characteristics of successful entrepreneurs. *Personel Psychology*, n.º 24, 1981, p. 141-153. AHMED, S. U. nAch, risk taking, propensity, locus of control and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, n.º 6, 1985 p. 781-782. McCLELLAND, David Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*. vol. 21 n.º 3, 1987, p. 219-223. LAGAN-FOX, Janice y ROTH, Susana. Achievement motivation and female entrepreneurs. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n.º 68, 1995, p. 209-218.

³ VENKATAPATHY, R. Locus of control among entrepreneurs: a review. *Psychological Studies*, vol. 29 n.º 1, 1984, 97-100. BONNETT, C. y FURHAM, A. Who wants to be an entrepreneurs? *Journal of Economic Psychology* n.º 12, 1991p. 465-478. CHAY, Yue Wah. Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n.º 66, 1993 p. 285-302. GATEWOOD, Elisabeth J.; SHAVER, Kelly G. y GARTNER, William B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*. n.º 10, 1995, p.371-391.

acerca de las actitudes aunque la mayoría de ellas coinciden en señalar que las actitudes⁴:

- Se componen de elementos cognitivos, afectivos y conductual (lo que se piensa, lo que se siente, lo que se hace). Esto explica que un cambio en alguno de los elementos no conlleva automáticamente un cambio en el otro (podemos cambiar nuestras cogniciones pero no cambiar nuestros afectos o conductas, o cambiar nuestra conducta pero no nuestras cogniciones o afectos)
- Están organizadas de manera estructurada, y
- Se tratan de una predisposición a actuar la cual aprendemos y cambiamos en el desarrollo de nuestra vida

Las actitudes, por tanto, se forman, entre otras cosas, por el aprendizaje e incorporación de experiencias propias así como por las experiencias y actitudes de personas referentes para nosotros de nuestro entorno. En consecuencia, si estas son aprendidas, también pueden ser modificadas mediante nuevas experiencias o nuevas impresiones nuestras o de otras personas.

Uno de los aspectos positivos del estudio y análisis de las actitudes como predictor del comportamiento futuro (y en concreto de la conducta emprendedora) es que éstas pueden ser modificadas frente a conceptos como el de «valor» o «rasgos de personalidad» los cuales son adquiridos en etapas muy tempranas de nuestro desarrollo siendo difícil su cambio en edades adultas.

En cuanto a la motivación, ésta puede ser definida como el proceso de planificación y realización de una serie de actividades y comportamientos dirigidos a la obtención de un objetivo que nos sirva para satisfacer un motivo inicial⁵. En general, el comportamiento humano está referido a un amplio conjunto de motivos. Estos motivos suelen apuntar a algún tipo de falta, necesidad o demandas que piden ser satisfechas en distintos ámbitos (material e inmaterial). Una vez alcanzada tal satisfacción, ese motivo que orientaba el comportamiento pasa a un segundo plano, pudiendo activarse otros motivos diferentes o, incluso, el mismo cuando se produzca una escasez futura.

⁴ DÍAZ BRETONES, Francisco. y MONTALBÁN PEREGRÍN, Manuel. El individuo como unidad de análisis: la influencia de los valores, percepciones y actitudes en el comportamiento laboral En: RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés (coord.) *Psicología de las Organizaciones*. Barcelona: Editorial Universitat Oberta de Catalunya. 2004, p. 125-166. ISBN: 84-9788-018-8.

⁵ DÍAZ BRETONES, Francisco y MONTALBÁN PEREGRÍN, Manuel. *Op .Cit.*

Centrándonos en el caso de las cooperativas, el estudio de las actitudes y motivaciones de sus socios es complejo por varias razones:

De una parte porque, siguiendo el modelo de Schumpeter, la función de «emprendedor» no está ligada inexorablemente a ningún cargo o posición. Es decir, en cada cooperativa concreta esa función la podrán ejercer distintas personas (en unas algunos socios, en otras el presidente, etc.). Esto dificulta el estudio del empresario cooperativo, ya que está más ligado a personas individuales que a una determinada función o cargo aunque para WICKREMARACHCHI (2003)⁶ a pesar del carácter societario de éstas, la decisión de crear una cooperativa está influenciada por uno o dos miembros del grupo promotor.

De otra parte, porque bajo el concepto de cooperativas agrupamos a diferentes tipos de organizaciones (servicios, consumidores o trabajo asociado) las cuales no solo desarrollan actividades diferentes, sino que poseen características organizativas, culturales e históricas distintas. De hecho, no podemos abordar de la misma manera ni agrupar bajo una misma categoría las motivaciones emprendedoras de un grupo de trabajadores que deciden crear una cooperativa, con las de un grupo de agricultores que se asocian para comercializar los productos que cada uno de ellos cosecha o con los intereses del grupo de ciudadanos que se agrupan para obtener ciertas mejoras como consumidores de bienes o servicios.

Además junto a esto, la regionalización del fenómeno ha hecho que bajo esta denominación aparezcan distintas maneras de entender diferentes tipos de cooperativas que van desde las asociaciones no lucrativas o mutuas (caso de las legislaciones italiana, francesa, belga, luxemburguesa o griega) hasta las empresas puramente mercantiles (legislaciones alemana, holandesa y danesa).

Vemos, por tanto, que las actitudes y motivaciones de los empresarios cooperativos, no solo ha sido una idea poco estudiada sino que representa una complejidad y dificultad añadida.

En concreto, en este trabajo nosotros nos centraremos únicamente en las actitudes y motivaciones empresariales de las personas que deciden crear una cooperativa de trabajo asociado (o de trabajadores o de producción según la normativa que utilicemos) por las razones sociológicas que las distinguen del resto: participación en el trabajo y en la toma de decisiones, doble condición de empleado/empleador, entre otras. No tendremos en cuenta en nuestro estudio, por tanto, ni a las cooperativas de consumo ni a las de servicios, por entender, al igual que otros

⁶ WICKREMARACHCHI, Jayo. *New cooperatives: motivations and barriers*. Bathurst: Charles Sturt University, 2003. 35 p. ISBN: 0-947191-25-9.

autores⁷ que su funcionamiento es similar al de una Sociedad Anónima o sociedad por acciones. Tampoco incluiremos las Sociedades Laborales por las razones anteriormente aludidas.

Pero ¿cuáles son las motivaciones y actitudes hacia la creación de cooperativas? La respuesta es complicada ya que si los estudios hacia la creación de empresas son escasos al respecto, los realizados sobre cooperativas específicamente pueden contarse como verdaderas joyas. Aun así, algunos autores han hipotetizado diversas razones diferenciales como explicación de la creación y elección de la fórmula cooperativa frente a otro tipo de fórmulas jurídicas. Veámoslas con detenimiento.

2. LA COOPERATIVA COMO PUESTO DE TRABAJO

Una de las primeras ideas más populares sobre las circunstancias que crean una actitud positiva hacia la creación de una cooperativa de trabajo asociado es el empleo, de manera que la cooperativa se considera como una salida a situaciones de falta de empleo o desempleo.

En este sentido, en un estudio sobre las cooperativas de trabajo asociado en la Comunidad de Madrid⁸, a la pregunta de cuáles habían sido los móviles en la creación de la cooperativa, obtuvo como causa principal la falta de trabajo. En otro estudio sobre las cooperativas de Castilla-León⁹, los autores observaron cómo tres de cada cinco cooperativas arrancaban de una situación en la que la mayoría de los socios estaban en paro. En otro estudio sobre cooperativas de trabajo asociado¹⁰ a la pregunta acerca de la motivación principal para formar parte de la cooperativa las respuestas más elegidas fueron el «ganar dinero» y «salir del paro». Un último ejemplo lo podemos extraer del estudio de SANCHIS PALACIO y REDONDO CANO (1997)¹¹, sobre actitudes hacia la creación de empresas en estudiantes

⁷BALLESTERO, Enrique. *Teoría económica de las cooperativas*. Madrid: Alianza Universidad. 1983. 155p. ISBN 84-20623717.

⁸ VARA MIRANDA, M.^a Jesús. *Análisis de las cooperativas de trabajo asociado en Madrid*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1985. 463 p. ISBN 84-7434-332-1

⁹GONZÁLEZ, J. J. y RODRÍGUEZ, J.C. *La economía social en Castilla y León*. Valladolid: Junta de Castilla y León. 1987.

¹⁰ ROMERO RAMÍREZ, Antonio. Análisis psicosocial del sistema de participación del cooperativismo de trabajo asociado de Andalucía. *Sociología del trabajo*, n.º 35, 1998, p: 81-106.

¹¹SANCHIS PALACIO, Joan Ramón y REDONDO CANO, Ana. Actitudes hacia la creación de empresas: estudio empírico aplicado a la diplomatura de Relaciones Laborales de la Universitat de Valencia. *Revista de debate sobre Economía pública, social y cooperativa*, n.º 27,1997 p. 157-181

universitarios valencianos. A la pregunta sobre los principales motivos para crear una cooperativa, entre los cinco enunciados establecidos en la encuesta, los jóvenes eligen en primer lugar «encontrar un empleo» y «afán de lucro» ambas señaladas con un 27,8%. En segundo lugar, la respuesta más elegida fue «desarrollo profesional» (31,4%) Y la tercera «independencia personal» (31,4%).

Sin embargo, existen otros estudios donde no se ha podido comprobar tal relación. En un estudio sobre el cooperativismo de trabajo asociado en Cataluña¹², se observó que el perfil de los trabajadores que optan por la compra de la empresa es el de personas que han trabajado siempre en la misma empresa con una buena formación técnica. Otro estudio sobre cooperativas de trabajo asociado malagueñas¹³ señala que apenas la mitad de los socios manifestaban no tener trabajo. También en un estudio con cooperativas de trabajo asociado andaluzas¹⁴ se ha señalado que las motivaciones laborales de los socios de cooperativas no eran tanto una salida a situaciones de desempleo sino una solución para mejorar las condiciones laborales en un sentido genérico. De hecho, existe una correlación entre crisis de empleo y creación de empresas aunque éste es un fenómeno genérico a todo tipo de empresas en general (incluida, y no solo, las cooperativas). Por último, MORALES (1996)¹⁵ opina que las cooperativas de trabajo asociado son empresas formadas sólo en un tercio de los casos por personas en situación real de desempleo mientras que el resto trabajaban anteriormente por cuenta ajena o propia, de manera que las cooperativas no pueden ser concebidas como una solución coyuntural al desempleo.

Pero, ¿por qué tal contradicción? En nuestra opinión, una hipótesis puede deberse a la poca concreción del concepto «desempleo». Es decir, situaciones de precariedad laboral o el trabajo dentro de la economía sumergida explicarían porqué algunos socios estaban «oficialmente» en situaciones de desempleo al inicio del proyecto. También la existencia de subvenciones por capitalización de las prestaciones de desempleo fomentaría indirectamente el que las personas que tenían previsto

¹² VIDAL MARTÍNEZ, Isabel. Crisi econòmica i transformacions en el mercat de treball. L'associacionisme de treball a Catalunya. Barcelona: Universitat de Barcelona. 1984. 33 p.

¹³ GÁLVEZ VEGA, Jose Manuel. *Estudio socio-económico de las cooperativas de trabajo asociado de Málaga*. Córdoba: COCOA, 1996. 3 17 p.

¹⁴ DÍAZ BRETONES, Francisco. Desempleo y cooperativismo. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, n° 35. 2000 p. 161-176.

¹⁵ MORALES GUTIÉRREZ, Alfonso Carlos. *Ineficiencias del mercado y eficacia de las cooperativas*. Valencia: CIRIEC. 1996. 275 p. ISBN: 84-920494-6-4

(actitud) crear una cooperativa previamente se inscribieran como desempleados para poder percibir tales ayudas.

En resumen, en la relación entre desempleo y cooperativismo no existe una causalidad directa pudiendo coexistir otras variables explicativas. Así, aunque es cierto que se produce una concordancia entre el número de desempleados y el número de creación de cooperativas, también es cierto que tal correspondencia se existe también entre el número de desempleados y el número de empresas creadas en general (cooperativas y no cooperativas) y que tal hecho puede obedecer (ambos casos) más a una percepción negativa de los trabajadores sobre sus posibilidades de cambiar o mejorar de trabajo en circunstancias adversas que a situaciones reales de desempleo.

Deberemos también reflexionar sobre el hecho de que si bien las cualidades que acompañan o estudian a los empresarios en la literatura son las de «emprendedor», «iniciativa», «líder», etc., en el caso de los cooperativistas suelen ser los de «desempleo», «trabajo», «crisis», «reconversión», etc. ¿Estaremos los estudiosos del área perpetuando esa percepción?

3. LA COOPERATIVA COMO GARANTE DE SUBVENCIONES

Otro de los motivos que suelen describirse como motivadores para la decisión de crear una cooperativa son los subsidios o subvenciones que éstas reciben a pesar de que diversos estudios han constatado, en general, como las fuentes de financiación más usadas habitualmente para crear una empresa son los ahorros personales¹⁶. Incluso en un estudio internacional sobre financiación de las empresas¹⁷ los datos recogidos reflejan como en el caso español existía una mayor participación de la financiación propia que en otros países.

En el caso de las cooperativas, es cierto que existen ayudas gubernamentales para este tipo de empresas. Sin embargo esta política de subvenciones es poco recomendable ya que puede desincentivar la actitud empresarial pudiendo incluso cambiar la aptitud empresarial

¹⁶ MINER, John B.; SMITH, Norman R. y BRACKER, Jeffrey S. Role of Entrepreneurial Task Motivation in the Growth of Technologically Innovative Firms. *Journal of Applied Psychology*, vol. 74 n.º 4, 1989, p. 554-560.

¹⁷ LAFUENTE FÉLEZ, Alberto. Creación de empresas y desarrollo regional. *Economía Industrial*, n.º 251, 1986, p. 27-36.

convirtiendo a los «emprendedores» en «rellenadores» de documentos y formularios para poder acceder a tales ayudas¹⁸.

Uno de los pocos estudios al respecto se realizó con un grupo de agentes de desarrollo empresarial en las Islas Canarias¹⁹. En él, a la pregunta de por qué algunos emprendedores optaban por crear cooperativas frente a otro tipo de empresas, los autores encontraron cómo la mayoría de las respuestas señalaban el «acogerse a las ayudas públicas», frente a otras motivaciones de carácter más personal tales como el «deseo de autogestionar la empresa», o incluso más que la «necesidad de creación de puestos de trabajo».

En cualquier caso, no debemos olvidar que estas respuestas son de agentes de desarrollo económico, no de socios cooperativistas por lo que deberemos tener en cuenta la influencia del sesgo y los estereotipos en estas heteropercepciones o percepciones hacia otras personas. En esta dirección los resultados obtenidos en un estudio sobre cooperativas andaluzas recién constituidas²⁰ mostraron cómo cuando los socios eran preguntados acerca de su propia motivación personal para crear la cooperativa manifestaban respuestas tales como «tener un puesto de trabajo» o «desarrollarme profesionalmente», mientras que cuando a estos mismos socios se les preguntaba acerca de por qué las personas, en general, creaban una cooperativa la primera opción elegida era «por los beneficios fiscales y económicos». Quizá, en ambos casos, debemos tener presente los estudios²¹ sobre la representación social que las cooperativas generan, de manera que su carácter minoritario frente a otro tipo de empresas hace que reciban con mayor facilidad una imagen colectiva estereotipada. Esto explicaría por qué las subvenciones pueden ser percibidas como motivación principal de los socios hacia las cooperativas y no hacia otros tipos de empresas o hacia la cooperativa propia.

Otro ejemplo de esta percepción estereotipada errónea son las ayudas solicitadas para el pago único por prestación por desempleo.

¹⁸ GARCÍA-FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, Carlos. La evolución de los fundamentos de los sistemas económicos y de la denominada «Economía Social». La participación en democracia en la economía: la regla de comportamiento de la sociedad de la información. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 33, 1999. p. 79-114.

¹⁹ MEDINA HERNÁNDEZ, Urbano; RODRÍGUEZ FERRER, Teresa y FUENTES MEDINA, M. Lilibeth. Agencias de Desarrollo Local. El caso de Canarias. *Revista de Debate sobre Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 24, 1996, p. 42-61.

²⁰ DÍAZ BRETONES, Francisco y RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés. Locus of control, nAch and values of community entrepreneurs. *Social Behavior and Personality*, n.º 31, 2003 p. 739-748.

²¹ CHULVI, B. El cambio de una representación social: el caso de las cooperativas. En M.^a Teresa Vega y M. Carmen Taberero (Eds) *Psicología social de la educación y de la cultura, ocio, deporte y turismo*. Salamanca: Eudema. 1995. 582 p. ISBN 84-77542082.

Así frente al estereotipo de la cooperativa como empresa subvencionada, algunos estudios señalan cómo sólo el 7,3% de las solicitudes fueron de personas que querían constituir una cooperativa de trabajo asociado frente al 78,7% de los trabajadores autónomos o el 14,0% de personas que constituyeron una Sociedad Laboral²².

También en otro estudio²³ el autor encontró que sólo el 3% de las cooperativas malagueñas habían recibido alguna subvención de un organismo público y un 1 % de corporaciones locales siendo el resto por financiación propia o crediticia.

En cualquier caso, habrá que valorar el papel de las subvenciones y ayudas. FUNDESCOOP (1992)²⁴, por ejemplo, realizó un estudio sobre las medidas de formación y fomento del trabajo autónomo (incluidas las cooperativas) en el ámbito europeo en el que señalaba cómo en los países de la cuenca mediterránea, el trabajador en paro y sin perspectiva de encontrar trabajo, si no hubiera recibido una prestación económica por desempleo habrían creado su propio empleo aunque sólo con el objetivo de cubrir sus necesidades básicas y con una alta probabilidad de creada dentro de la economía informal. Se constata, por tanto, que las iniciativas y ayudas públicas han permitido aminorar estos costes sociales ayudando que el negocio no caiga dentro del ámbito de la informalidad.

En resumen, creemos que deberá estudiarse con más detenimiento el alcance real de las subvenciones en el fomento de cooperativas así como su influencia en la decisión de los emprendedores a crear una sociedad de este tipo.

4. LA COOPERATIVA COMO EXPRESIÓN DE LA IDEOLOGÍA

Uno de los atributos que solemos asignar a las cooperativas es la existencia entre sus miembros de una determinada ideología que los distingue de otro tipo de Organizaciones empresariales. En el caso de los empresarios en general es verdad que estos poseen un conjunto de valores específicos diferenciados del resto de la población²⁵.

²² MORALES GUTIÉRREZ, Alfonso Carlos. *Op. Cit.*

²³ GÁLVEZ VEGA, José Manuel. *Op. Cit.*

²⁴ FUNDESCOOP. Estudio de medidas de formación y fomento del trabajo autónomo en las Comunidades Europeas. Madrid: Unión Europea. 1992

²⁵ FERNALD, Lloyd W. y SOLOMON, Gerge T. Value profiles of male and female entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol. 21 n.º 3, 1987, p. 234-247. WINSLOW, Erik K. y SOLOMON, George T. (1989). Further development of a descriptive profile of entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol 23 n.º 3, 1989, p. 149-161. FAGENSON, Ellen A. Personal value systems of men and women entrepreneurs versus managers. *Journal of Business Venturing* n.º 8, 1993, p. 409-430.

Se han observado asimismo la existencia de diferencias culturales y de identidad nacional que explican diferentes actitudes y comportamientos ante la creación de empresas²⁶. En concreto en España se han encontrado diferencias significativas en estudios con empresarios²⁷ observándose cómo éstos puntuaban más alto en valores individuales («libertad» o «disfrutar de la vida», por ejemplo) que colectivos frente al grupo de no-emprendedores.

En los cooperativistas esta ideología distintiva se ha intentado institucionalizar a través de los conocidos como «Principios Cooperativos» los cuales han tenido su génesis en los principios rectores de la cooperativa de Rochdale. Todos sabemos que, en sus inicios, el cooperativismo surgió como reacción de los trabajadores a los efectos de la revolución industrial y como consecuencia de motivaciones ideológicas de diversa procedencia (socialistas, anarquistas y cristianas, fundamentalmente). Sin embargo, las motivaciones que movilizaron a aquellos primeros cooperativistas de finales del siglo XIX son muy distintas a los actuales como consecuencia, asimismo, de realidades sociales diferentes. Durante todo este proceso histórico, el movimiento cooperativo ha ido cambiando desde una postura ideológica inicial adaptándose a los cambios sociales que se han producido en nuestros tiempos.

Aun así, WICKREMARACHCHI (2003)²⁸, en su estudio sobre las motivaciones y barreras de los nuevos cooperativistas en Australia (que incluía no solo de trabajo asociado sino de servicios y usuarios) encontró que la elección de la fórmula jurídica de los presidentes de las cooperativas entrevistados fue debida, sobre todo, a razones de tipo ideológico tales como los valores cooperativos y la naturaleza democrática de las mismas.

Sin embargo, en el caso específico de las cooperativas de trabajo asociado, BRADLEY y GELB (1985)²⁹ en su estudio sobre la Corporación Cooperativa de Mondragón señalan como la ideología (identidad nacionalista vasca y la ideología cristiana) explicarían los inicios y espectacular auge de Mondragón aunque en la actualidad no serían una razón de peso. En su investigación, estos autores recogieron como rasgo más

²⁶ FRESE, M., KRING, W., SOOSE, A y ZEMPEL, J. Personal initiative at work: differences between east and west Germany. *Academy of Management Journal*, nº 39, 1996 p.37-63

²⁷MORIANO, Juan Antonio, TREJO, Enrique y PALACÍ, Francisco. El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, nº 16, 2001 p. 229-242.

²⁸ *Op. Cit.*

²⁹BRADLEY, Keith y GELB, Alan. *Cooperativas en marcha: el caso Mondragón*. Barcelona: Ariel Sociología. 1985. 142 p. ISBN 84-3441676-X.

distintivos del Grupo Mondragón la «naturaleza cooperativa del grupo» y la «seguridad en el empleo». Muy por detrás quedarían respuestas tales como el «vasquismo», «la naturaleza étnica de las cooperativas» y las «retribuciones».

Otros autores³⁰ también señalaron como los factores ideológicos eran considerados en los últimos lugares por los cooperativistas, independientemente de las variables sexo o de la ubicación rural/urbana de la cooperativa de manera que actualmente las personas se encuentran atraídas hacia la fórmula cooperativa más por los beneficios personales que reporta que por planeamientos ideológicos³¹.

5. ¿UN EMPRESARIO DISTINTO?

En definitiva, por lo que hemos visto hasta ahora, no podemos explicar exclusivamente la creación de cooperativas a la situación de desempleo de sus miembros o a motivaciones de tipo económico o ideológico. En este hecho deberemos valorar otros criterios que determinen por qué ante una determinada realidad socioeconómica e histórica, unas personas deciden crear una cooperativa y otras personas otro tipo de empresa o simplemente ser asalariados.

Pensemos que la mayoría de los estudios realizados se han hecho sólo con la opinión de los cooperativistas, agentes sociales implicados en el cooperativismo o estudiantes universitarios pero sin comparar tales respuestas con la población en general o empresarios no-cooperativistas. Así, sería conveniente la realización de estudios comparados acerca de la motivación y perfiles de empresarios cooperativos y no-cooperativos con el fin de aislar variables explicativas.

Ya en otro lugar, se ha tratado sobre las características sociodemográficas y de personalidad de los socios fundadores de cooperativas de trabajo asociado recién constituidas³² comparándolas con los resultados encontrados en empresarios no-cooperativos. Los datos recogidos nos permiten describir al cooperativista como un emprendedor a mitad de camino entre los resultados obtenidos en otros tipos de empresarios y el de población no-empresaria. Dicha singularidad puede ser debida a la doble condición de socio y trabajador, aunque nuestra hipótesis señala más la ausencia de patrones culturales y sociales empresariales en la familia, lo cual genera en estos empresarios de primera generación

³⁰ DÍAZ BRETONES, Francisco *Op. Cit.*

³¹ VARA MIRANDA, M^º Jesús. *Op. Cit.*

³² DÍAZ BRETONES, Francisco y ROORÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés. *Op. Cit.*

la necesidad de formar una sociedad de microempresarios que permita mitigar en parte, la incertidumbre de la puesta en marcha de la aventura empresarial. Es decir en el caso de los socios cooperativistas, se sustituiría las redes familiares necesarias para el apoyo en la gestación de la empresa por redes sociales de microemprendedores de ayuda mutua. En este sentido, coincidimos con GARCÍA-GUTIERREZ FERNÁNDEZ (1999)³³ al considerar las cooperativas como una agrupación de empresarios que cooperan democráticamente, en una doble vertiente: socio-económica (como emprendedores) y financiera (como prestamistas).

Aunque deberá profundizarse en la investigación de este tipo de Organizaciones, fundamentalmente desde el campo de las ciencias sociales, a nuestro entender el perfil de los nuevos cooperativistas de trabajo asociado hace pensar que éstos poseen unas motivaciones, características y cualidades bien definidas que lo diferencian de otro tipo de empresarios.

La asunción de esta doble identidad, empresa y sociedad, será fundamental en la pervivencia y éxito de las cooperativas con independencia del sector o actividad. Tan pernicioso para las cooperativas será intentar seguir criterios exclusivamente mercantiles y económicos como dejarse llevar por un falso idealismo social.

En resumen, creemos que la fórmula cooperativa cuenta con buenas perspectivas como fórmula de desarrollo de actitudes emprendedoras, con características propias y diferenciadoras que dan respuesta a necesidades concretas de la población trabajadora. La cooperativa debe ser entendida, no tanto como una solución inmediata a problemas de desempleo o reconversión laboral. Tampoco como una organización con ideología propia. Las cooperativas como empresas que son tienen su vigencia y actualidad como espacios para el desarrollo de habilidades emprendedoras de los trabajadores, los cuales careciendo de antecedentes empresariales de referencia en su entorno cercano y contando con una buena cualificación profesional, deciden iniciar el camino del trabajo por cuenta propia para su desarrollo humano y profesional. ¿Cuántas de las cooperativas que se cierran son para transformadas en otra figura jurídica? ¿Cuántos socios de cooperativas que cesan en su actividad terminan creando otra empresa? Evidentemente son temas aun poco estudiados pero que deberán analizarse en este siglo XXI para poder valorar las actitudes y motivaciones de los cooperativistas. ¿Sería esto un fracaso del cooperativismo? Pensamos que no. Más bien al contrario la cooperativa habrá cumplido un papel importante como instrumento de capacitación y formación en gestión

³³ *Op. Cit.*

empresarial y como mecanismo que facilita el acceso al crédito y a la autofinanciación.

Ahora, casi dos siglos después, las cooperativas siguen siendo necesarias en el siglo XXI.

6. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- AHMED, S.U. nAch, risk taking, propensity, locus of control and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, n.º 6, 1985 p. 781-782.
- BALLESTERO, Enrique. *Teoría económica de las cooperativas*. Madrid: Alianza Universidad. 1983. 155p. ISBN 84-20623717.
- BONNETT, C.; FURHAM, A. Who wants to be an entrepreneur? *Journal of Economic Psychology* n.º 12, 1991 p.465-478.
- BRADLEY, Keith; GELB, Alan. *Cooperativas en marcha: el caso Mondragón*. Barcelona: Ariel Sociología. 1985. 142 p. ISBN 84-3441676-X.
- CHAY, Yue Wah. Social support, individual differences and well-being: A study of small business entrepreneurs and employees. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n.º 66, 1993 p. 285-302.
- CHULVI, B. El cambio de una representación social: el caso de las cooperativas. En M.^a Teresa Vega y M.^a Carmen Taberero (Eds) *Psicología social de la educación y de la cultura, ocio, deporte y turismo*. Salamanca: Eudema. 1995. 582 p. ISBN 84-77542082.
- DÍAZ BRETONES, Francisco. Desempleo y cooperativismo. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, n.º 35,2000 p. 161-176.
- DÍAZ BRETONES, Francisco; RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés. Locus of control. nAch and values of community entrepreneurs. *Social Behavior and Personality*, N.º 31,2003 p. 739-748.
- DÍAZ BRETONES, Francisco; y MONTALBÁN PEREGRÍN, Manuel. El individuo como unidad de análisis: la influencia de los valores, percepciones y actitudes en el comportamiento laboral En: RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Andrés (coord.) *Psicología de las Organizaciones*. Barcelona: Editorial Universitat Oberta de Catalunya. 2004, p. 125-166. ISBN: 84-9788018-8.
- FAGENSON, Ellen A. Personal value systems of men and women entrepreneurs versus managers. *Journal of Business Venturing*, n.º 8, 1993, p. 409-430.
- FERNALD, Lloyd W.; SOLOMON, Gerge T. Value profiles of male and female entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol. 21 n.º 3, 1987, p. 234-247.
- FRESE, M.; KRING, W.; SOOSE, A.; ZEMPEL, J. Personal initiative at work: differences between east and west Germany. *Academy of Management Journal*, n.º 39, 1996 p.37-63.
- FUNDESCOOP. *Estudio de medidas de formación y fomento del trabajo autónomo en las Comunidades Europeas*. Madrid: Unión Europea. 1992
- GÁLVEZ VEGA, José Manuel. *Estudio socio-económico de las cooperativas de trabajo asociado de Málaga*. Córdoba: COCOA, 1996. 317 p.

- GARCÍA-FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, Carlos. La evolución de los fundamentos de los sistemas económicos y de la denominada «Economía Social». La participación en democracia en la economía: la regla de comportamiento de la sociedad de la información. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 33, 1999. p. 79-114.
- GATEWOOD, Elisabeth J.; SHAVER, Kelly G.; GARTNER, William B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, n.º 10, 1995, p. 371-391.
- GONZÁLEZ, J. J.; RODRÍGUEZ, J. C. *La economía social en Castilla y León*. Valladolid: Junta de Castilla y León. 1987.
- HORNADAY, J. A.; ABOUD, J. Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*, n.º 24, 1981, p. 141-153.
- LAFUENTE FÉLEZ, Alberto. Creación de empresas y desarrollo regional. *Economía Industrial*, n.º 251, 1986, p. 27-36.
- LAGAN-FOX, Janice; ROTH, Susana. Achievement motivation and female entrepreneurs. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n.º 68, 1995, p. 209-218.
- McCLELLAND, David *La sociedad ambiciosa*. Madrid: Guadarrama, 1968, 2 tomos 905 p.
- McCLELLAND, David. Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol. 21 n.º 3, 1987, p. 219-223.
- McCLELLAND, David C.; BURNHAM, David H. Power is the great motivator: *Harvard Business Review*, march-april, 1976, p. 100-110.
- MEDINA HERNÁNDEZ, Urbano; RODRÍGUEZ FERRER, Teresa; FUENTES MEDINA, M. Lilibeth. Agencias de Desarrollo Local. El caso de Canarias. *Revista de Debate sobre Economía Pública, Social y Cooperativa*, n.º 24, 1996, p. 42-61.
- MINER, John B.; SMITH, Norman R.; BRACKER, Jeffrey S. Role of Entrepreneurial Task Motivation in the Growth of Technologically Innovative Firms. *Journal of Applied Psychology*, vol. 74 n.º 4, 1989, p. 554-560.
- MORALES GUTIÉRREZ, Alfonso Carlos. *Ineficiencias del mercado y eficacia de las cooperativas*. Valencia: CIRIEC. 1996. 275 p. ISBN: 84-920494-6-4
- MORIANO, Juan Antonio; TREJO, Enrique; PALACÍ, Francisco. El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, n.º 16, 2001 p. 229-242.
- PANDEY, Janak; TAWARY, N. B. Locus of control and achievement values of entrepreneurs. *Journal of occupational Psychology*, n.º 52, 1979, p. 107-111.
- ROMERO RAMÍREZ, Antonio. Análisis psicosocial del sistema de participación del cooperativismo de trabajo asociado de Andalucía. *Sociología del Trabajo*, n.º 35, 1998, p: 81-106.
- SANCHIS PALACIO, Joan Ramón; REDONDO CANO, Ana. Actitudes hacia la creación de empresas: estudio empírico aplicado a la diplomatura de Relaciones Laborales de la Universitat de Valencia. *Revista de debate sobre economía pública, social y cooperativa*, n.º 27, 1997 p. 157-181
- SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoría del desenvolvimiento económico*. [Original de 1911]. Mexico: Fondo de Cultura Económica. 1963. 255 p.

- VARA MIRANDA, M.^a Jesús. *Análisis de las cooperativas de trabajo asociado en Madrid*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. 1985. 463 p. ISBN 84-7434-332-1.
- VENKATAPATHY, R. Locus of control among entrepreneurs: a review. *Psychological Studies*, vol. 29 n.º 1, 1984, 97-100.
- VIDAL MARTÍNEZ, Isabel. *Crisi econòmica i transformacions en el mercat de treball. L'associacionisme de treball a Catalunya*. Barcelona: Universitat de Barcelona. 1984. 33 p.
- WICKREMARACHCHI, Jayo. *New cooperatives: motivations and barriers*. Bathurst: Charles Sturt University, 2003. 35 p. ISBN: 0-947191-25-9.
- WINSLOW, Erik K.; SOLOMON, George T. (1989). Further development of a descriptive profile of entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol 23 n.º 3, 1989. p. 149-161.

LA POSICIÓN DEL SOCIO Y EL GOBIERNO EN LA SOCIEDAD COOPERATIVA TRAS LA REFORMA ITALIANA¹

POR
FLUIGI FILIPPO PAOLUCCI*

RESUMEN

En el presente trabajo se abordan, en el marco de la reciente reforma del derecho de sociedades italiano, los aspectos que introduce el RD de 17 de enero de 2003 relativos a la posición jurídica del socio y al gobierno en las sociedades cooperativas, sin dejar de señalar las incidencias que en el carácter mutualístico de la sociedad se producen.

El autor, hace un recorrido crítico de la reforma del *Codice civile* italiano en relación con la materia objeto de estudio, procurando no sólo realizar una mera exposición del nuevo régimen jurídico sino también informando de la respuesta doctrinal que a tan vasta reforma se ha ido produciendo.

Palabras clave: Derecho de Sociedades italiano, gobierno, Sociedades Cooperativas.

ABSTRACT

The current paper covers the aspects introduced by the RD. 17th of January 2003 within the frame of the Italian Company Law's recent reform. These aspects are related to the legal status of the partner and the governance regarding the cooperative companies. This paper also points at the emerging issues which in our society's mutual nature emerge.

¹ Traducción a cargo de Alejandra COBO DEL ROSAL. Profesora Titular de Escuela UI de Derecho mercantil de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Investigador de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense de Madrid.

* Catedrático de Derecho mercantil de la Universidad de Bolonia.

The author makes a critical tour along the reform in the Italian *Codice Civile* by displaying not only the new legal system but also reporting about the academic answer attached to such a vast reform.

Key words: Italian Company Law's, government, Co-operative Societies.

NOTA PRELIMINAR

El contenido del presente estudio es la conferencia realizada por el Prof. Paolucci sobre *La posizione del socio e il governo nelle soeietà cooperative dopo la riforma* el 9 de abril de 2003, en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Con el objeto de que el lector español pueda valorar el alcance de la reforma del derecho de sociedades cooperativas italiano de 2003, nos ha parecido oportuno realizar un breve excursus sobre los antecedentes inmediatos.

El marco legal de las cooperativas en el ordenamiento italiano es complejo debido a la dispersión normativa, lo que ha dificultado el seguimiento y el estudio de sus preceptos básicos. Hasta el momento, las principales fuentes lo conforman el capítulo V del Codice civile italiano de 1942 (Cod. civ.) y el DL de 1947 núm. 1577, de *disposiciones para la cooperación*, comúnmente conocido como Ley Basevi, siendo estos textos legales objeto de sucesivas modificaciones y ampliaciones que no han tenido la ambición de conformar un texto único. Podemos destacar entre otras, las siguientes modificaciones sufridas en el ámbito cooperativo: L. 28 de diciembre de 2000, núm. 388, más conocida como «Financiaría 2001» L 381/91 de 8 de noviembre sobre la disciplina delle cooperative sociali, L. 266/1997, de 7 de agosto sobre la Piccola società cooperativa y L. 142/2001 *de Revisione della Legislazione in materia cooperativistica, Con particolare riferimento alla posizione del socio lavoratore*, GU N° 94, 23 de abril de 2001. Sin olvidar por ello el importante régimen que se recoge para las cooperativas en otros cuerpos legales hoy vigentes, como es el caso de: la Ley de 17 de febrero de 1971, núm. 127 que contiene algunas modificaciones a la Ley Basevi; Ley de 19 de marzo de 1983, núm. 72 (*Rivalutazione monetaria dei beni e del capitale delle imprese; disposizione in materia di imposta locale sui redditi concernenti le piccole imprese; norme relative alle banche popolari, alle società per azioni e alle cooperative, nonché disposizione in materia di trattamento tributario dei conti interbancari*) y la Ley de 31 de enero de 1992, núm. 59, (*Nouve norme in materia di società cooperative*) que contiene modificaciones a la Ley precedente.

La Ley Basevi regula principalmente aspectos relativos a la inspección, vigilancia, registro, número de socios, límites accionariales de los socios,

requisitos mutualísticos y exenciones fiscales. Muchos de los aspectos de la mencionada Ley serán por primera vez abordados por el Cod. civ, bajo la actual reforma, aunque deberemos dejar que pase el tiempo para conocer con exactitud qué preceptos de la Ley Basevi se mantienen en vigor tras la reforma.

En este contexto normativo, en octubre de 1998 se nombra una comisión presidida por el Prof. Mirone con la finalidad de reformar el Derecho societario italiano. La Comisión Mirone presenta el 15 de febrero de 2000 un Anteproyecto de Ley («schema di disegno di legge») y unos meses más tarde, el consejo de ministros aprueba, el 26 de mayo de 2000, el Proyecto de Ley («disegno di legge») sobre la base del Proyecto Mirone. Finalmente, es presentado por el Ministro de Justicia Fassino a la aprobación de la cámara el Proyecto de la Ley para la reforma del derecho de sociedades el 20 de junio de 2000. Y aunque no se incorporó el texto íntegro de la *Commissione Mirone* a la Ley de delegación, gran parte del contenido que en dicha comisión se gestó, queda hoy integrado en la Ley de delegación de 3 de octubre de 2001.

El art. 5 de la Ley de delegación de 3 de octubre de 2001, referido éste a la materia cooperativa, así como las demás normas referidas en el Cod. civ. al ámbito societario en general, se ven modificadas nuevamente por la *Commissione Vietti*, lo que finalmente queda recogido en el RD de 17 de enero de 2003.

Así, son los artículos 8 y 9 del R.D. de 17 de enero del 2003 los que desarrollan las bases que la Ley de delegación de 3 de octubre del 2001 en su art. 5.º dictó para la sociedad cooperativa. De este modo, se da una nueva redacción al libro quinto, título quinto, capítulo primero, de los preceptos 2511 a 2545 del Cod. civ, como al libro VI, para las disposiciones para la actuación del Cod. civ, y para las disposiciones transitorias, quedando ampliado notablemente el contenido que desde el Cod. civ. regirá para las sociedades cooperativas.

Con el RD de 17 de enero de 2003 se consigue por vez primera un verdadero esfuerzo para aglutinar, bajo una misma normativa, el régimen jurídico general para todas las cooperativas, dando pues una nueva redacción a los antiguos preceptos del Cod. civ. dedicados a cooperativas. Pero esta nueva redacción no es del todo original, en tanto que en numerosas ocasiones se traslada al texto el régimen que se contiene en la Ley Basevi, lo que planteará tras la entrada en vigor de los nuevos artículos del Cod. civ., como ya hemos mencionado, el problema de qué preceptos de la Ley Basevi quedarán derogados finalmente.

Con relación al contenido que se modifica, destacamos la nueva clasificación de sociedades cooperativas. Las sociedades cooperativas, en adelante, se dividirán en dos grandes grupos que atenderán al sometimiento o no a los requisitos que determinan la «prevalencia» de la mutualidad

en la construcción de la cooperativa. Lo que realmente prima con esta clasificación es el procurar ventajas fiscales sólo a las sociedades cooperativas que se contengan en los estrechos cauces de la denominada «prevalencia» en detrimento de la gran cooperativa mutualística. Aspectos que como veremos inciden de manera directa en la posición del socio y el gobierno de la sociedad cooperativa.

Igualmente, quedan reformados algunos aspectos, la obligación que se introduce en el régimen de la contabilidad de cooperativas por la doble contabilidad o contabilidad separada, igualmente se reforma el régimen jurídico relativo a la fundación de sociedades cooperativas, la responsabilidad de los socios, composición del órgano de administración, y en definitiva, muchos de los principios que informan de un sistema o estructura cooperativo, como es el caso de los principios de: sistema democrático, retorno cooperativo y puerta abierta.

Dedica el profesor PAOLUCCI en el presente trabajo su estudio a la exposición y análisis tanto de la posición jurídica del socio como del gobierno de las sociedades cooperativas italianas en el marco de la reforma que resulta, desde su entrada en vigor el 1º de enero de 2004, de los nuevos preceptos del Cod. civ. en materia de sociedades cooperativas.

Alejandra Cobo del Rosal

1. CONSIDERACIONES GENERALES

El tema del gobierno societario es sin duda uno de los aspectos sobre los cuales se ha puntualizado con mayor insistencia la atención en los últimos años, tanto que, no en vano, se ha hablado² de una verdadera «nueva mitología» de la corporate governace, mitología que se ha difundido ampliamente tras el D. L. 24/2/1998, N° 58, que ha disciplinado definitivamente las sociedades por acciones con títulos que cotizan en los mercados reglamentarios. Pero la individualización del conjunto de los instrumentos y de las reglas de dirección y de control. societario³ vuelve a ser nuevamente de actualidad tras la definitiva aprobación del D. L.

² FORTUNATO, I controlli nella riforma del diritto societario, *Relazione al XXII convegno su Diritto Societario: dai progetti alla riforma*, Courmayeur; 27-28 septiembre 2002.

³ Sobre el tema v. ALLEVA, La riforma del diritto cooperativo italiano. *Contratto e Impresa*, 2003; y en general sobre el *corporate governace*, antes y después de la reforma, v. BONFANTE, La compatibilità e/o L'applicabilità delle norme in materie di s.r.l. e S.p.A. alle cooperative, en *Atti del Forum sulla riforma de diritto societario*, Milano, 10 febrero 2003; GRASSUCCI, La riforma delle società cooperative: valutazione delle centrali cooperative, *ibidem*; MARANO, en *Comentario alla riforma organica del diritto societario*, dir. SANDULLI E SANTORO, Torino, 2003, p. 149; DI PIETRO, Le nuove

17/1/2003, n.º 6, que ha reformado enteramente la disciplina de la sociedad de capitales que no cotizan y de las cooperativas, y el tema aparece pues particularmente relevante para estas últimas, considerando los profundos cambios introducidos por la reforma en la materia. Cambios particularmente necesarios en cuanto que la normativa societaria no era únicamente «vieja», y debía necesariamente adecuarse a los modelos vigentes en las otras legislaciones europeas, sino que se descubría también insuficiente para cubrir las exigencias de las cooperativas, porque, de un lado, no les consentía, siempre afligidas por el «enanismo financiero», adquirir capitales de riesgo en la medida necesaria para afrontar las exigencias de liquidez o de inversión, requeridas en modo siempre más acuciante en el mercado, y, del otro lado no preveía instrumentos de gobierno, que pudieran incentivar la eficiencia y la calidad de las gestiones, también porque los controles de la autoridad administrativa, previstos con las leyes especiales (v. sobretudo el D.L. c.p.s. 14/12/1947, N.º 1577, el DPR 29/9/1973, n.º 601 y la L.31/1/1992, n.º 59, ahora modificados por el D. L. 2/8/2002, n.º 220) se mostraban casi siempre insuficientes.

El mayor problema, en sede de reforma, era pues el conciliar el logro de estos objetivos con la naturaleza y los objetivos mutualísticos de las

forme di finanziamento delle società cooperative: la nozione di strumento finanziario, *ibidem*; GENCO, La trasformazione e la fusione delle società cooperative, *ibidem*; BONFANTE; La nuova disciplina delle cooperative. *Riv. Coop.*, 3,2002, p. 19 ss; BASSI, *La filosofia della riforma delle società cooperative*, en *Tai al Convengo sulla riforma delle società* dir. Fondazione Courmayer, del 27 al 28 de septiembre 2002; ALLEVA, Riflessioni sulla riforma del diritto cooperativo italiano. *Le Società*, 2002, p. 159 ss.; GALGANO, *I gruppi di società*, Torino, 2001; SALAFIA, La riforma del diritto societario dalla bozza Mirone alla legge delega. *Le Società*, 2001, p. 1265; COSTI, Proprietà e imprese cooperative nella riforma del diritto societario. *Giur. Comm.*, 2001, I, p. 129 ss.; BONFANTE, Finanziaria 2001: dall'art. 17 un regalo inaspettato. *Riv. Coop.*, 2001, I, p. 7 ss.; MARASA, Regole di corporate governance e Banche di credito cooperativo. *Giur. Comm.*, 2001, p. 202 ss.; BASSI, Il futuro della cooperazione nei progetti di riforma delle società non quotate, en *Rivista di diritto dell'impresa*, 2001, 1, p. 3 ss.; SALAFIA, La bozza di legge delega Mirone di riforma del diritto societario e L'autonomia statutaria. *Le società*, 2000, p. 1421 ss.; BONFANTE, Il progetto Mirone: la disciplina della società cooperative. *Riv. Coop.*, 2000, 7 ss.; SACCHI, Sui gruppi nel Progetto Mirone. *Giur. Comm.*, 2000, I, p. 358 ss.; AAVV., Gli statuti delle società cooperative, en *Atti del seminario di studi di Forlì del 25 febbraio 2000*, en *Le società*, 2000; VII, p. 781 ss.; MONTALENTI, La riforma del diritto societario nel progetto della Commissione Mirone, en *Giur. Comm.*, 2000, I, p. 379 ss.; ROCCHI, Una riforma (organica) delle società cooperative: alcune annotazioni a margine della c.d. bozza Mironeo *Giur. Comm.*, 2000, I, p. 379 ss.; GENCO, Note sui principi di corporate governance e sulla riforma del diritto societario nella prospettiva delle società cooperative, en *Giur. Comm.*, 2000, I, p. 272 ss.; PAOLUCCI, *Le società cooperative*, Milano, 1999; BONFANTE, La legislazione cooperativa. Evoluzione problemi, en *Comentario Codo Civ.* SCIALOJA-BRANACA, dir. GALGANO, Bologna-Roma, 1999.

Cooperativas, también porque los tímidos intentos de resolver, al menos, el primero de los problemas arriba enunciados, aquel del «enanismo financiado», llevados a cabo por la L. 31/1/1992, N° 59 con la introducción de la nueva figura del socio *sovventore* y de las acciones de participación cooperativa, aún admitidos tras la reforma, no habían tenido verdaderamente el éxito esperado⁴.

2. LOS PROBLEMAS TÍPICOS DEL GOBIERNO DE LAS COOPERATIVAS

El aspecto de la capitalización está necesariamente ligado a los problemas de la individualización de los instrumentos de control y de gobierno de la cooperativa para la necesidad de conciliar las exigencias típicamente mutualísticas de los socios cooperadores con aquellas más típicamente capitalísticas de los que intervengan en ayuda de la sociedad para resolver sus exigencias de financiamiento, pero el problema de individualizar los instrumentos del gobierno y de control de la cooperativa tras la reforma no es sólo el entender como se ha llegado a conciliar las exigencias mutualísticas de los cooperadores con aquellas de los inversores privados, sino también el tener en cuenta todas las diferentes hipótesis que se pueden verificar en la práctica en consideración con el hecho de que la reforma, inspirándose con toda evidencia en el principio, con base al cual, la autonomía privada debe prevalecer cuando no están implicados los intereses de los terceros, lo que significa que la disciplina legal sea inderogable, ha dejado una amplia libertad de elección a las cooperativas, sea en lo que se refiere a los aspectos subjetivos de las participaciones, sea en lo concerniente a los modelos de administración posibles, sea, finalmente, bajo ciertos aspectos, en lo que concierne a

⁴ V. ALLEVA. *Op. loc ult. Cit.*, el cual observa que los motivos de este relativo fracaso pueden ser reconducidos a múltiples causas: en primer lugar, la casi total imposibilidad para los inversores de acceder a la plusvalía y por los títulos de crédito cooperativo el aumentar el valor, pudiendo estos últimos ser sólo revalorizados anualmente por un porcentaje ligado al índice ISTAT, bajo la condición de que la cooperativa cerrase con beneficios y que la asamblea de los socios deliberase en ese sentido. Además, la imposibilidad para las acciones de participación cooperativa y para las obligaciones de poder circular en los mercados financieros reglamentarios y la ausencia de un verdadero y adecuado mercado para tales títulos: Concretamente la descongelación era posible sólo mediante el ejercicio del derecho de separación tras un período preestablecido (de 3 a 5 años). En particular, la prohibición de circular en los mercados reglamentarios era, sobretodo, debido a la carencia del derecho de voto junto con la imposibilidad de cotización de las acciones: elementos, esto, considerados imprescindibles en lo dispuesto en el art. 2.2.2., ap. 3.º, del «Reglamento de los mercados organizados y gestionados en la Bolsa Italiana S.p.A.»

las formas de control.

Actualmente, de hecho, en primer lugar la tradicional figura de los socios cooperadores puede ser sostenida no sólo por aquella de los socios *sovventori* y por los titulares de acciones de participación cooperativa, ya prevista en la Ley 31/1/1992, N° 59, sino que el acto constitutivo puede también prever (art. 2586) la emisión de instrumentos financieros, según la disciplina prevista para la sociedad por acciones (art. 2346 últ. ap. Cod. civ.) que pueden estar provistos de derechos patrimoniales o de derechos administrativos, para los cuales puede preverse también en los Estatutos, y esto representa uno de los aspectos que directamente se refiere a la dirección y al control societarios, el derecho a votar a uno o más administradores, pero no a más de un tercio del total, y el derecho a votar hasta un tercio de los órganos de control.

En segundo lugar, en lo que concierne a la normativa de referencia, el acto constitutivo, en las cooperativas con un número de socios inferior a veinte, con un activo patrimonial no superior a un millón de euros, puede prever (art. 2519, ap. 2.º) que, en lugar de la normativa sobre la sociedad por acciones, en lo que sea compatible, encuentren aplicación, en lo compatible, las normas sobre la sociedad de responsabilidad limitada y la diferencia no es de escaso nivel, considerando los profundos cambios introducidos por la reforma en materia de sociedad de responsabilidad limitada, que la hacen profundamente diversa a la sociedad por acciones, tanto que ya no se puede ciertamente hablar más de una «mini sociedad por acciones», quizá sea más oportuno hablar de una «sociedad de personas con responsabilidad limitada»⁵.

En tercer lugar, en lo que se refiere a la gestión, con base en el art. 2544 ap. 2.º y 3.º últ. ap. Cod. civ., en la cooperativa, que tengan como normativa de referencia aquella que se destina a la sociedad por acciones, los socios, en vez de elegir el sistema tradicional, basado normalmente en el dualismo del órgano de administración y del Colegio sindical, pueden optar por un sistema que prevea un Consejo de gestión, que fundamentalmente gestiona la sociedad, y cumple todas las operaciones necesarias para la consecución del objeto social, y un Consejo de vigilancia, al que corresponde el control sobre la gestión social, la aprobación del balance, el nombramiento y la revocación de los consejeros de gestión, y la deliberación y el ejercicio de la acción de responsabilidad de éstos (aplicando pues un sistema que se acerca a aquel de tradición franco-germana).

⁵ V. BUONOCORE. *La riforma del diritto societario*. Torino. 2003. p. 136 y ss.

Pero es posible de todos modos optar por un sistema más parecido al anglosajón y prever un único Consejo de administración, en el que viene instaurado un Comité de control que sustancialmente vigila la gestión interna.

Finalmente, en lo que se refiere a los órganos de control, es necesario recordar, sobretodo, que el acto constitutivo puede prever (art. 2543, Cod. civ.) la atribución del derecho de voto en sus elecciones, no sólo proporcionalmente a la cuota o a las acciones poseídas, sino también con motivo de la participación en el intercambio mutualístico, es decir, en el caso en el que la cooperativa opte por el sistema tradicional, basado en el dualismo del órgano de administración y del Colegio sindical, el nombramiento de éste último es obligatorio sólo si el capital no es inferior a aquel capital mínimo que se establece para la sociedad por acciones (ciento veinte mil euros), o si, durante dos ejercicios consecutivos, se han superado dos de los límites indicados en el art. 2435 Cod. civ. (que individualiza las siguientes hipótesis: a) total del activo del estado patrimonial, 3.125.000.00 euros; b) los beneficios de la venta y de las prestaciones, 6.250.000.00 euros; c) los empleados que trabajan como media durante el ejercicio, cincuenta), a no ser que se emitan instrumentos financieros no participativos. Sin embargo en la hipótesis en la que no se recoja la obligación del Colegio sindical el acto constitutivo puede siempre prever su nombramiento, determinando sus poderes.

En la hipótesis en la que la cooperativa opte por el sistema de administración, basado en el Consejo de gestión y el Consejo de vigilancia (sistema dual), o por la solución del único Consejo de administración, en el que viene instaurado un Comité de control que vigila la gestión social (sistema monista) es evidente que no será necesario nombramiento ulterior alguno y el control contable permanecerá confiado únicamente al auditor externo (art. 2409 *bis* Cod. civ.) o, si se dan los presupuestos, a una sociedad de revisión.

3. EL CUADRO DE REFERENCIA Y EL ROL DEL SOCIO EN LA ASAMBLEA

El cuadro que se ha intentado delinear evidencia cómo las cooperativas en un futuro podrán presentarse bajo aspectos muy diversos que implican un examen analítico de todas las situaciones con el fin de comprender cómo han sido regulados en los diversos casos la dirección y el control de la sociedad. Y, ya que la iniciativa para el nombramiento de todos aquellos que se han propuesto, debe necesariamente provenir de la base, no se puede dejar de tener en cuenta el hecho, como ya se ha mencionado

que, al lado de la tradicional figura de los socios cooperadores, puede surgir aquella de los socios *sovventori* y de los titulares de acciones de participación cooperativa y se deberán también tener en cuenta los derechos de los titulares de los instrumentos financieros, a las que el acto constitutivo puede atribuir derechos de administración o de control. En lo que se refiere a éstos últimos después, se deberá tener presente que, ya que el primer apartado del art. 2526, Cod. civ. consintiendo la emisión por parte de las cooperativas, reclama íntegramente a la disciplina de la sociedad por acciones, donde se excluye expresamente (art. 2346. últ. ap. Cod. civ.) que los instrumentos financieros tengan el derecho de voto en la Asamblea General, y ya que, en cambio, el segundo apartado del art. 2526 prevé que a los poseedores de los instrumentos financieros «no se les puede atribuir de todos modos más de un tercio de los votos que correspondan al conjunto de los socios presentes, es decir en cada Asamblea General», con evidente contradicción respecto a la remisión al régimen de la sociedad por acciones, que excluye cualquier participación. La única interpretación lógica, que se puede admitir para superar esta evidente contradicción, es entender que el segundo apartado del art. 2526 Cod. civ., recogiendo la posibilidad de que los instrumentos financieros ejerciten el derecho de voto en la Asamblea General, haga referencia a las acciones de los socios *sovventori*, introducida por el art. 4. de la L. de 31 de enero de 1992, N° 59, que dispone, como también, el art. 2526, Cod. civ. que los votos que les correspondan en la Asamblea General no sean superiores al tercio, y que haga referencia a las acciones de participación cooperativa, previstas en el art. 6 apartado segundo. de la mencionada Ley, derogando la previsión que excluye a éstas últimas del derecho de voto. Una afirmación podría encontrarse, por otra parte, también en el mismo art. 4, ap. 3.º, de la Ley de 31 de enero de 1992, arriba citada, que afirma el principio, corroborado después por el actual art. 2542, Cod. civ., que la mayoría de los administradores debe ser elegida entre los socios cooperadores. Esta solución, con toda evidencia, permite superar todas las contradicciones entre las dos normas y es perfectamente lógica en un sistema que conserva el derecho a participar en la Asamblea a todos aquellos que hayan suscrito parte del capital social, dejando fuera a aquellos que, como titulares de los instrumentos financieros verdaderos y propios, aunque hayan hecho una determinada aportación en dinero, obras o servicios, que atribuyen a sus poseedores derechos patrimoniales o derechos administrativos, están desligados de cualquier relación con el capital social, teniendo sustancialmente la calidad de asociado en las participaciones de la sociedad cuyo contenido es, o un crédito de una participación en los beneficios, con el riesgo de participar en las pérdidas

(en los límites de la aportación efectuada) o sólo una participación en los beneficios, con derecho al reembolso de la aportación (art. 2554-54), o sólo en calidad de acreedor del suministro de un determinado servicio de la sociedad⁶. Es necesario también tener presente que no se puede decir que el término «instrumentos financieros», introducido la primera vez en la reciente reforma, tenga un significado suficientemente delineado como para excluir del concepto también aquellas formas de financiación, como los socios *sovventori* y las acciones de participación cooperativa, que, aún siendo sustancialmente extrañas a su actividad ya sus fines son parte del capital social. Una confirmación indirecta, por otra parte, se puede encontrar en el art. 2541 Cod. civ. que prevé que, si se han emitido instrumentos financieros privados del derecho de voto el nombramiento y la revocación de los representantes comunes se decide por la Asamblea especial de la categoría, que claramente se refiere a los instrumentos financieros que son excluidos del derecho de voto en la Asamblea.

Pero, analizando el órgano asambleario, es necesario, sobretodo, subrayar que la reforma ha corroborado sustancialmente el principio del voto por cabeza (que puede ser ejercitado desde que se ha inscrito en el libro de los socios desde al menos tres meses) principio entendido en el sentido que cada socio cooperador tiene derecho a un voto cualquiera que sea el valor de participación social, y que puede sufrir, como se verificaba ya en el texto hasta ahora en vigor, la derogación a favor de los socios personas jurídicas (a las cuales el acto constitutivo puede atribuir hasta 50 votos, en relación a la cantidad de la cuota o al número de sus miembros) y puede ser objeto de otra derogación (art. 2538, Cod. civ. ap. 4.º), y esta es una aportación de la reforma, en la cooperativa de producción y trabajo y en la cooperativa de consorcios, en las que los Estatutos pueden recoger que el derecho de voto sea atribuido en razón a la participación en el intercambio mutualístico. Esta última aportación, que viene definida como «fuertemente innovadora»⁷ es ciertamente apreciable, puesto que consiente un mayor poder de decisión a los que participan en mayor medida en el intercambio mutualístico, sin embargo, implica, claramente, que se precise de manera absolutamente inequívoca en el acto constitutivo, si se quiere evitar la atribución de un voto plural en relación únicamente a situaciones anteriores y no actuales, que no garantizan su continuación en el tiempo,

⁶ V. GALGANO, *Il nuovo diritto societario*, Padova, 2003, p. 135.

⁷ V. BASSI, *Le società cooperative*, en BUONOCRE, BASSI, PESCATORE, *La riforma del diritto societario*, cit., p. 264.

aunque se entiende que el riesgo sea, de todos modos, difícilmente evitable.

Sin embargo, la norma que prohíbe, en todo caso, que un sólo socio emita más de un décimo de los votos y aquella que limita el voto de todos los que lo ejercitan con base en la relación mutualística a no más de un tercio de la expectativa de los votos presentes, o representados en cada Asamblea, está, sin embargo, claramente inspirada en el principio de tutela de los intereses de todos los otros socios para evitar o limitar la posibilidad de que se formen grupos de poder en el interior de la Asamblea a favor de aquellos que participan mayoritariamente en el intercambio mutualístico.

El ap. 2.º del precepto 2526 del Cod. civ., también de otro lado, pretende claramente garantizar los intereses de los socios cooperadores en la realización del fin mutualístico limitando a no más de un tercio de los votos del conjunto de los socios presentes en cada Asamblea General el voto de los titulares de instrumentos financieros participativos (socios *sovventori* y acciones de participación cooperativa).

Con relación al funcionamiento de la Asamblea es netamente apreciable la solución de imponer que el acto constitutivo determine las mayorías necesarias para su constitución y para la validez de las deliberaciones, con el abandono de la fórmula precedente que, sin embargo se limitaba solo a permitir una elección a través del acto de constitución para derogar los quórum previstos por la sociedad por acciones. Esta nueva obligación tiene en cuenta claramente las características de las cooperativas, caracterizadas normalmente por una larga base social, que tiene a menudo la «mala costumbre» de no participar en las asambleas, en las cuales pues, los socios, en sede de acto constitutivo, pueden valorar mejor las perspectivas de absentismo asambleario, determinando el quórum, sin correr el riesgo de quedar vinculados a los rígidos criterios previstos en el ámbito de la sociedad por acciones.

Justo en función de la necesidad de facilitar mayoritariamente la participación de los socios (además de para adecuarse a las exigencias actuales) se recoge también la posibilidad en el acto constitutivo de prever que el voto se emita por correo, o mediante otros medios de comunicación, pero si tal posibilidad fuese causa de problemas notorios, dado que el aviso de convocatoria debe contener en su totalidad la deliberación propuesta y, si se admiten a votación propuestas diversas de aquellas indicadas en el aviso de la convocatoria, los votos expresados por correo no podrán ser computados para regular la constitución de la Asamblea.

Finalmente, siempre con el objeto de superar el absentismo de los socios, que sobretodo en las grandes cooperativas, a menudo se vuelve

crónico, en el caso de las cooperativas reguladas bajo el régimen jurídico de la sociedad por acciones se admite que un socio pueda representar hasta diez socios (y no más de cinco como en la Ley vigente)⁸ y la posibilidad para el socio empresario individual de hacerse representar en la Asamblea también por el cónyuge, por los parientes hasta el tercer grado y por los afines hasta el segundo grado que colaboren en la empresa⁹.

4. LA ASAMBLEA SEPARADA

Un pronunciamiento a parte merecen las Asambleas separadas que estaban ya previstas desde la entrada en vigor del Código de 1942 pero que no habían tenido buena fortuna debido a una excesiva rigidez del Régimen que las regulaba¹⁰,

Sobre este punto la reforma ha hecho verdaderos pasos adelante en el relanzamiento del instituto para permitir el verdadero uso¹¹ y con este fin ha previsto, sobretodo, que el Estatuto tenga facultad de preverlo, en relación a la específica materia o en presencia de determinadas categorías de socios, y que deba necesariamente preverlo para las cooperativas con más de treinta mil socios, que desarrollan la propia actividad en más provincias, y para aquellas que tengan más de quinientos socios

⁸ Es evidente que el Régimen jurídico se refiere únicamente a las cooperativas disciplinadas bajo la normativa de la sociedad por acciones, ya que aquellas reguladas por el régimen de la sociedad con responsabilidad limitada, en las cuales los socios no pueden superar los veinte, a través de la delegación sólo un socio podría tener el control de la Asamblea, en contraste con los principios generales en materia de cooperativas, que encuentran la expresión en el voto por cabeza, y que resultan confirmados por la prohibición para un único socio, en el caso en el que los Estatutos prevean que el derecho de voto sea atribuido en razón de la participación en el intercambio mutualístico, emitir más del décimo de los votos en cada Asamblea.

⁹ Cualquier duda en la formulación del régimen jurídico, v. BASSI, *Op. Loc. ult. cit.* ..

¹⁰ Sobre la asamblea separada véase, en general, DE ANGELIS, *Verso una Maggiore importanza delle assemblee separate*, en *Gli statuti delle società cooperative*, p. 809 ss.; VERRUCOLI, *La società cooperativa*, *Op. cit.*, p. 329 ss. Por último, BONFANTE, *Assemblea speciale nelle cooperative con diverse categorie di soci*, en *Le Società*, 1991, p. 1475 ss.; Id., *Le società cooperative si rinnovano*, *ivi*, 1992, p. 298 ss ..

En efecto, el anterior art. 2533 limitaba en medida notable la posibilidad del uso de este instituto: las cooperativas deben necesariamente tener más de 500 dependientes y desarrollar la propia actividad en diferentes municipios, o no menos de trescientos, si en la compañía social de la sola cooperativa se diera la presencia de diversas categorías de socios; las asambleas parciales, de otro lado, no pueden ser convocadas en la localidad donde residen menos de 50 socios. Con relación a este tema, véase en particular VERRUCOLI, *Le società cooperative*, *Op. cit.*, p. 329.

¹¹ V. ALLEVA, *Op. cit.*, p. 51.

y realicen más gestiones mutualísticas. Además, también si la disciplina de la Asamblea separada es prevalentemente estatutaria, la Ley ahora impone que sea garantizado en los estatutos (art. 2549. ap. 3 Cod. civ.) el conocimiento por parte de los socios en, la modalidad de convocatoria y de participación en la Asamblea General, y que se asegure la representación proporcional de la minoría, precisando que los delegados, nombrados por la Asamblea separada para la participación en la Asamblea General, deben ser socios, que a la Asamblea General puedan asistir también los socios que hayan participado en las separadas, que las deliberaciones de éstas últimas no puedan ser autónomamente impugnadas y puedan ser impugnadas únicamente aquellas de la Asamblea General, ex art. 2377 Cod. civ., también por los socios ausentes y disidentes en la Asamblea separada, cuando, sin los votos emitidos de los delegados de las asambleas irregularmente celebradas, faltase la validez de la deliberación.

Está claro, de todos modos, que se ha hecho un notable paso adelante en la actuación para la democracia interna de los procesos decisorios, aunque sea menos comprensible la exclusión de la posibilidad de prever la Asamblea separada para las cooperativas con acciones admitidas en los mercados regulados para las que fuese un problema favorecer la participación de los socios en los procesos decisorios (art. 2540 últ. ap. Cod. civ.)

5. LA ADMINISTRACIÓN

Examinando el tema de la administración se debe, sobretodo, destacar que los modelos que pueden ser adoptados son múltiples, en el art. 2542 Cod. civ. se recogen los vínculos de tal elección, como aparece evidente también desde la facultad, prevista en el art. 2544, Cod. civ., de delegar «independientemente del sistema de administración adoptado». El único punto que debe tenerse presente es que sólo para las cooperativas que tengan como Régimen de referencia lo relativo a la sociedad por acciones podrá existir, junto con el sistema tradicional, basado en el Consejo de administración (o administrador único) y Colegio sindical (art. 2409-octies) el sistema dual basado en el Consejo de vigilancia y en el de gestión, o aquel previsto en el art. 2409-sexiesdecies, basado en el consejo de administración y en el comité para el control en la gestión, mientras que para las cooperativa que habiendo requisitos opten por la aplicación de las normas para la sociedad de responsabilidad limitada el sistema de administración es sólo el tradicional (art. 2475, Cod. civ.), en virtud del cual la administración puede ser confiada a uno a más administradores

y la eventual pluralidad comporta la exigencia de un Consejo de administración, pero el acto constitutivo pueda prever que la administración se confie separadamente, o conjuntamente, como se verifica en la sociedad de personas, y la autonomía estatutaria pueda también determinar un sistema de administración en el ámbito en el que algunas decisiones deban ser adoptadas por los administradores por separado y otras conjuntamente, por mayorías o por unanimidad.

En el caso en el cual la cooperativa opta por el sistema tradicional, el art. 2542, Cod. civ., contiene una novedad, en cuanto se refiere al Consejo de Administración, mientras que el régimen anterior (art. 2535) se ha limitado siempre a hablar de «administradores» y siempre ha acogido la posibilidad de un administrador único. La novedad sin embargo con toda evidencia radica en que normalmente en las cooperativas pueden haber diversas clases de socios, y en este caso el acto constitutivo puede prever que uno o más de los administradores sean elegidos entre los pertenecientes a las diversas clases, teniendo en cuenta también el hecho que a los poseedores de instrumentos financieros se les puede reservar el derecho a elegir hasta un tercio de los administradores. Es más justo en consideración con esta situación, y para evitar que en el seno del Órgano de Administración se tutele siempre la finalidad mutualística el mismo art. 2542, ap. 2.º, prevé que la mayoría de los administradores deba ser elegida entre los socios cooperadores o entre las personas indicada por éstos últimos si son personas jurídicas. Pero el hecho de que el art. 2542, se refiera al Consejo de Administración y considere, como normal hipótesis que se dé una pluralidad de administradores, no puede llevar a excluir la posibilidad de que los Estatutos prevean un administrador único, sin perjuicio de que obviamente este último deba necesariamente ser elegido entre los socios cooperadores, y en presencia de poseedores de instrumentos financieros¹².

Es cierto, de todos modos, que sobre la base de la normativa que prevé que la mayoría de los administradores ha de ser elegida entre los socios cooperadores y que prevé la posibilidad de reservar el nombramiento de los administradores hasta un tercio a los titulares de instrumentos financieros (que no son socios), es evidente que, después de la reforma, se ha consentido, mientras que no era posible bajo la vieja redacción del art. 2535, que compongan el Consejo de administración también lo no socios.

Está claro además, con base a cuanto precede, que el nombramiento de los administradores, que no hayan sido designados en el acto constitutivo

¹² Sobre este punto v. MARANO, *Gli organi di amministrazione e controllo delle società cooperative*, en *Comentario alla riforma organica del diritto societario*, dir. SANDULLI y SANTORO, Torino, 2003.

es competencia de la Asamblea, salvo en los casos en que el mismo acto constitutivo reserve el nombramiento de uno o más al Estado¹³ o a los titulares de instrumentos financieros, los cuales provendrán de su Asamblea especial, según el art. 2541 Cod. civ., dado que, como se ha visto, están privados de derecho de voto en la Asamblea General¹⁴.

Una excepción al poder de nombramiento por parte de la Asamblea se tendrá también en la hipótesis en la que la cooperativa adopte el sistema dual mencionado, basado en el Consejo de vigilancia y en el Consejo de gestión, dado que el nombramiento de los componentes de este último, que, como se ha visto, es el órgano que gestiona, corresponde al Consejo de vigilancia y no a la Asamblea que lo ha nombrado¹⁵. Esta claro, en todo caso, que si los Estatutos reservan, como ha previsto el art. 2544 Cod. civ.,

¹³ Pero siempre en minoría.

¹⁴ V. siempre MARANO, *Op. Loc. últ. cit.*, el cual rebate que se debe excluir a la Asamblea con «geometría variable» a través de la presencia de los poseedores de los instrumentos financieros para la deliberación relativa a la elección de los administradores y subraya además que los Estatutos pueden excluir del voto en la Asamblea especial, prevista en el art. 2541 Cod. civ., a los socios cooperadores que sean también titulares de instrumentos financieros con el fin de evitar prevaricaciones por parte de los que están únicamente interesados en el intercambio mutualístico.

¹⁵ Los componentes del Consejo de vigilancia elegidos por la Asamblea deben ser elegidos entre los socios cooperadores, o entre las personas indicadas por los socios cooperadores personas jurídicas. Sobre éste punto v. siempre MARANO, *Op. Loc. últ. cit.*, el cual observa la perplejidad que causaría, sin embargo, la previsión del art. 2409-duodecies, ap. 10.º, si se refiriese a la sociedad cooperativa, dado que la posibilidad de nombrar como miembros del Consejo de vigilancia al cónyuge, a los parientes y a los afines dentro del cuarto grado de los administradores de la sociedad, a los administradores, al cónyuge, a los parientes y afines dentro del cuarto grado de los administradores de las sociedades por ésta controlada, de la sociedad que las controlan y de aquellas puestas en control común, en derogación al contenido del art. 2399, ap. 1.º, letra b) debe interpretarse, en la s.p.a., en las cuales las participaciones al capital se restringen a los componentes de la familia, con el fin de favorecer el recambio en la gestión de la sociedad consintiendo a la vieja generación mantener en todo caso un rol activo (de «vigilancia») en el interior de la misma sociedad. En la sociedad cooperativa sin embargo, falta aquella participación de la mayoría al capital social, a la cual se asocia el cargo de administrador (en hipótesis; cuyo paso generacional se ha favorecido del art. 2409-duodecies, ap. 10.º) de tal manera que la previsión se arriesga a ser utilizada por los administradores (miembros del Consejo de gestión) para asegurarse alguna tutela dependiente «del ámbito familiar» que caracteriza al Consejo de vigilancia. Por otro lado, si la introducción de los límites a la reelección deriva de la constatación de que los administradores podrían influir *sine die* el voto de los socios cooperadores, la previsión según la cual «los miembros del Consejo de vigilancia elegidos por los socios cooperadores deben estar elegidos entre los socios cooperadores» (art. 2544, ap. 2.º) podría ser utilizada por los administradores mismos para elegir a sus propios familiares en el órgano destinado a controlar la actuación (además de nombrados una vez cesado el impedimento para la elección).

el nombramiento de una parte (no superior al tercio) de los miembros del Consejo de vigilancia y del Consejo de gestión a los titulares de instrumentos financieros privados de derecho de voto, también en este caso el nombramiento y la revocación, como también del ejercicio de la acción de responsabilidad, será reservada a su Asamblea especial prevista en el art. 2541 Cod. civ.¹⁶.

6. LOS LÍMITES TEMPORALES AL CARGO DE ADMINISTRADOR

El cargo de administrador en las cooperativas en las que se aplica la disciplina de la sociedad por acciones, y así también para los miembros del Consejo de gestión, si se escoge el sistema dual¹⁷ no puede durar más de tres mandatos consecutivos y es evidente que la norma (art. 2542, ap. 3) procura de un lado evitar el excesivo envejecimiento de los administradores y, por otro lado, procura evitar que en el interior de la cooperativa surjan posiciones de poder consolidado que podrían perjudicar la realización de sus fines mutualísticos. Es la misma razón en virtud de la cual el acto constitutivo puede establecer los límites a la acumulación de los cargos.

La circunstancia en la que el límite este previsto sólo para la sociedad cooperativa en la que se aplica la disciplina de la sociedad por acciones viene justificada¹⁸ precisamente con base en la consideración que, sólo en este caso, puede haber un elevado número de socios que hace difícil valorar los instrumentos de control y de denuncia de la irregularidad, que presupongan la disponibilidad de ciertos porcentajes (v. art. 2545-bis y 2545-quinquiesdecies) o de todos modos, favorezca el absentismo asambleario a favor de la minoría organizada. Esta claro, sin embargo, que los mandatos deben ser consecutivos y que la disposición ha de ser respetada si el tercer mandato no es inmediatamente sucesivo a los dos precedentes.

La referencia al término «mandato», hecho por el art. 2542, ap. 3, carece de una especificación de la duración en el seno de la disciplina de la

¹⁶ En el cual se puede encontrar la confrontación en el texto para admitir la revocación, prevista para los miembros del Consejo de vigilancia y del Consejo de gestión, nombrados por el Estado desde el art. 2449, ap. 3 Cod. civ.

¹⁷ Debe también excluirse la posibilidad, en caso de aplicación del sistema monista para los miembros del Consejo de administración entrar, después del acogimiento de los tres mandatarios, a ser parte del Comité de control dado que, presupuesto para ser parte es la calificación de administrador V. MARANO, *Op. Loc. ult. cit.*

¹⁸ V. MARANO, *Op. Loc. ult. cit.*

sociedad cooperativa, implica la remisión a todo lo dispuesto por el art. 2383, ap. 2, según el cual «los administradores no pueden ser nombrados por un periodo superior a tres ejercicios y decaen en la fecha de la asamblea convocada para la aprobación del balance relativo al último ejercicio de su cargo». En el caso en el que el mandato del Consejo de administración cese primero que el término establecido en el acto de constitución (v. art. 2386, ap. 4.) la duda es, si el art. 2543, ap. 3.º, hace referencia a los actos de nombramiento a los administradores prescindiendo de la duración efectiva de los respectivos mandatos, o si el vínculo a la reelección en relación con la duración del mandato establecido en el acto constitutivo, sin que cambie el número de designaciones, ha de resolverse en favor de la primera hipótesis en cuanto que la ley se limita a hablar simplemente de «mandato»¹⁹.

7. LOS LÍMITES A LOS PODERES DE DELEGACIÓN Y DEL EJERCICIO SEPARADO DEL CARGO DE ADMINISTRADOR

El límite, previsto en el art. 2444, ap. 1.º Cod. civ. por el que se dirige la sociedad a delegar los poderes en materia de admisión, baja y exclusión de los socios, las decisiones que indican sus relaciones mutualísticas con los socios y aquellas que no pueden ser delegadas ex art. 2381, ap. 2, Cod. civ.²⁰ procura claramente mantener el carácter delegado del órgano, ahora bien, cuando se trate de decisiones sobre aspectos relevantes, no sólo para la organización social, sino para la relación mutualística entre sociedad y socios que caracteriza a las cooperativas. Como sin embargo se ha precisamente expresado la relativa indeterminación de la expresión «decisiones que indiquen las relaciones mutualísticas con los socios podría constituir un obstáculo, mejor diría un límite, al ejercicio de la administración separada para las cooperativas en las que se aplica la disciplina de la sociedad con responsabilidad limitada²¹ para el conflicto que puede derivar en orden a la legitimación para cumplir las actividades de gestión que además pueden incidir en la relación mutualística. Es válido sostener que en la

¹⁹ Dudas sin embargo expresadas por MARANO, *Op. loc. ult. cit.*

²⁰ Exactamente se entiende que tal prohibición se aplique sea con relación a la posibilidad de delegar a personas u órganos diversos por los administradores, sea la delegación a uno o más administradores o a un Comité ejecutivo. V. MARANO, *Op. Loc. ult. cit.*

²¹ V. MARANO, *Op. Loc. ult. cit.*

administración separada el deber de vigilancia, que en todo caso, depende de cada administrador, consiente la activación del carácter colegiado mediante el ejercicio del derecho de veto, dado que la relativa decisión corresponde a los socios y no a los administradores, sin trasladar los inconvenientes que pueden derivar de la presencia de un número de socios elevado. Además algunas de la materias mencionadas en el art. 2381 no son delegables ni si quiera por el Consejo de administración de la SRL como parece evidente en el art. 2475 y el carácter colegiado es requerido también en presencia de una administración separada o también conjunta pero no colegiada. Las materias indicadas en el art. 2381, por último, no coinciden con aquellas indicadas por el 2381, expresamente citado en el art. 2544. En particular, el art. 2475 no dispone sobre el carácter colegiado en relación con la posibilidad de emitir títulos de débito y de asumir las sanciones consecuentes a la reducción del capital por pérdidas.

Para la emisión de títulos de débito, de hecho, el art. 2483 requiere al acto constitutivo la previsión de sus emisiones como la individualización del que sea competente para decidir las características, que pueden ser los socios o los «administradores», estableciendo también que en el acto constitutivo sean establecidos «los límites, las modalidades y las mayorías necesarias para la decisión» y es evidente que se trata de una decisión que puede ser adoptada derogando las previsiones sobre el funcionamiento de los órganos sociales o las que, de todos modos, presiden la adopción de las decisiones en el ámbito de la SRL.

Tratándose de instrumentos a través de los cuales la sociedad asume una deuda de restitución hacia los inversores parece coherente que pueda estar previsto que dicha decisión en la SRL pudiese asumirse por los administradores y que quizás por uno solo de ellos, ya que la lógica negocial que inspira aquella disciplina induce a pensar que la elección en tal sentido hecha en el acto constitutivo responde a la exigencia (también) de los socios que mayoritariamente han invertido en el capital de la sociedad y que a menudo coinciden con la persona de los administradores, los cuales son en cada caso expresión de los primeros, pero se puede dudar que análoga exigencia esté presente en la sociedad cooperativa, caracterizada por la persecución de un fin mutualístico que está en función de la emisión de los instrumentos financieros y donde los administradores están elegidos en mayoría entre los socios cooperadores. Tal elección terminaría por incidir en la relación mutualística con los socios por la asunción de la obligación de restitución que podría reflejarse en las sucesivas elecciones en las decisiones de la sociedad resultando preferible la ponderación garantizada por el carácter colegiado del Órgano administrativo respecto de las decisiones de un sólo administrador.

En lo que se refiere a las sanciones consecuentes a la reducción del capital por pérdidas, es evidente la necesidad de que sean después al menos adoptadas conjuntamente por los administradores, dado que una adopción separada, podría causar el efecto de obtener dos resultados ambos negativos, y además bajo diversos perfiles. El primero es la presencia de sanciones con contenido diferente, cada una adoptada por un administrador distinto, susceptible de conflicto entre los administradores antes incluso que de confusión entre los socios, por otra parte podría provocar una intervención múltiple del Colegio sindical, si existiese, o del auditor externo, cuyas observaciones son necesarias en los supuestos previstos por el art. 2482-bis, ap. 2.º, intervención que parece del todo incomprensible donde las distintas sanciones de los administradores tengan contenido análogo si no idéntico. El otro es haber adoptado una sanción por un sólo administrador exponiendo a sus colegas al riesgo de una revocación por justa causa por no haber sido adoptada en interés de la sociedad no obstante el recurrir a un hecho, la pérdida de capital, seguramente idóneo para solicitar el ejercicio de sus poderes, en todo caso, no justifica su inercia, salvo para sostener que los otros tengan expreso consentimiento (tácito) a la sanción, llegando a postular, en definitiva, una forma de administración conjunta.

8. EL COLEGIO SINDICAL

Una de las mayores novedades de la reforma está representada por el hecho que la concreción de la regulación habida de la contabilidad y de la correspondencia del balance con los resultados de los libros y de las escrituras contables se han trasferido a la profesionalidad externa (los revisores) y así el Colegio Sindical no ejerce más el control en la administración de la sociedad, pero debe, sin embargo, vigilar la observancia de la Ley y de los Estatutos, el respeto a los principios de correcta administración y en particular la adecuación del orden organizativo, administrativo y contable adoptado por la sociedad y para su concreto funcionamiento.

En lo que se refiere a su nombramiento el art. 2543 prevé que en la escritura de constitución se pueda atribuir el derecho de voto en la elección del órgano de control proporcionalmente a la cuota o a las acciones poseídas o con motivo de la participación en el intercambio mutualístico. La normativa es nítidamente nueva respecto a lo dispuesto en el art. 2535 del Texto anterior, según el cual el acto constitutivo podía establecer que uno o más miembros del Colegio Sindical fuesen elegidos entre los que pertenecen a determinada categoría de socios, en proporción al interés

de cada una en la actividad social. La previsión de la posibilidad del voto plural como derogación del voto por cabeza tiene la finalidad de reforzar el control interno de la gestión, fijado por la Ley de delegación (art. 5, ap. 1.º, d) a favor de quien haya desembolsado mayoritariamente o participe en medida relevante en el intercambio mutualístico con ella, en el supuesto al que esos puedan ser inducidos a hacer (o seguir haciendo) esto en virtud del control en la gestión que de dicha forma consiguen ejercitar. La disposición, seguramente novedosa, claramente implica que sea precisada de forma totalmente inequívoca en el acto constitutivo, si se quiere evitar la atribución del voto plural en conexión exclusiva sólo a las situaciones anteriores, que de todos modos, no garantizan su continuidad en el tiempo, aunque se entienda que dicho riesgo sea, de todas formas, difícilmente evitable²².

La referencia a la categoría de socios, contenida en el art. 2535 del Cod. civ. de 1942, sin embargo no ha desaparecido, pero ha adquirido un significado distinto respecto al pasado, dado que a los titulares de instrumentos financieros se les puede atribuir el derecho a elegir en su conjunto hasta un tercio de los componentes del Órgano de control (art. 2543. ap. 2.º) y en el sistema dual un tercio de los componentes del Consejo de vigilancia (art. 2544, ap. 2.º).

La elección de hacer extensible los requisitos detallados para la sociedad de capital a los «controladores» de la sociedad cooperativa, ha confirmado la eliminación de la obligación en algunos casos del Órgano de control. El art. 2543 dispone que el nombramiento del Colegio Sindical es obligatorio en la sociedad cooperativa -prescindiendo del hecho que remitan al Régimen jurídico de las SpA o al de las SRL- sólo si el capital social no es inferior a aquel mínimo establecido para la SpA (ciento veinte mil euros) o si durante dos ejercicios consecutivos se han superado dos de los límites indicados en el art. 2435-bis, ap. 1. a no ser que emitan instrumentos financieros no participativos. La elección de eliminar la obligación del Colegio Sindical ha dependido de la exigencia de evitar que las cooperativas de menores dimensiones sean gravadas por costes excesivos, en consideración con el hecho de que permanece la obligación de contribuir a la revisión cooperativa del ministerio de la obra desarrollada en la actividad productiva o de la asociación nacional de representación en las que eventualmente se adhiere la cooperativa y de todos modos la sujeción a las inspecciones extraordinarias.

²² Sobre el punto, v. también lo dicho en lo que concierne a la derogación contenida en el art. 2538. 4 Cod. civ.

9. LA RELACIÓN CON EL CARÁCTER MUTUALÍSTICO

La norma de cierre que garantiza la persecución de la finalidad mutualística es el art. 2545 que dispone la obligación para los «administradores y los miembros del Colegio Sindical» de indicar específicamente en los informes complementarios del balance los criterios seguidos en la gestión social para la obtención del fin mutualístico, disposición que sólo aparentemente sin embargo subraya el contenido del art. 2 de la Ley núm. 59/1992, sobre todo porque el art. 2, hablaba del carácter cooperativo y después porque imponía a los miembros del Colegio Sindical referirse en su relaciones sobre lo concerniente a los administradores, mientras que ahora tal vinculo no aparece evidente que los miembros del Colegio Sindical tienen el poder - deber no sólo de verificar si los criterios enunciados por los administradores corresponden a la realidad, sino que también de comprobar o denunciar la existencia de criterios de gestión o, de todas formas, comportamientos que obstaculicen la persecución del fin mutualístico y no están declarados por los administradores en su informe. Es evidente sin embargo que, en la hipótesis en la cual el Colegio Sindical no exista (v. art. 2543, ap. 1.º) las indicaciones hechas por los administradores en su informe del balance serán privadas del examen de tal órgano en perjuicio de la mayor información que los socios obtendrían en virtud del mayor poder de investigación concedido en este punto a los miembros del Colegio Sindical.

La *ratio* para las disposiciones que se examinan está en consentir a los socios estar al corriente de la gestión mutualística efectuada por los administradores en relación con la aprobación del balance. Se trata, es decir, de un instrumento informativo de sus disposiciones que permite valorar el comportamiento de los órganos de administración (y de control) para la adopción de eventuales acciones de responsabilidad o de revocación. La referencia hecha para los administradores y miembros del Colegio Sindical se extiende también a los componentes de los otros sistemas de administración y control con base en lo dispuesto por el art. 22-*septies* del R.D. 30 de marzo de 1942, pero puesto que en presencia de la elección del sistema dual, la aprobación del balance forma parte de las competencias del Consejo de vigilancia (v. sin embargo el art. 2409-*terdecies*, ap. 2.º), es mejor decir que es evidente la contradicción del órgano que debería expresar también sus valoraciones sobre los criterios seguidos por los administradores para la consecución del fin mutualístico, contradicción que el art. 2409-*terdecies*, ap. 1.f) intenta superar con la previsión de que el Consejo de vigilancia refiera por escrito al menos una vez al año a la Asamblea sobre la actividad de vigilancia desarrollada, sobre las omisiones y los hechos censurables, dado que debe entenderse

que en la sociedad cooperativa esta obligación comprende también la valoración de la gestión mutualística de los administradores configurable como actividad de vigilancia en sentido lato sobre su comportamiento aunque, presumiblemente, se cumplirá sólo tras la aprobación del balance, ya que sólo en ese momento el Consejo de vigilancia dispondrá del informe de los criterios utilizados en la gestión social para la consecución del fin mutualístico. Se mantiene la duda de si los socios pueden tener conocimiento del informe del Consejo de gestión o si éste debería ser «filtrado» por el mencionado informe del Consejo de vigilancia. A favor del conocimiento «directo» se disponen múltiples indicaciones dado que, principalmente, no hay razón para excluir el conocimiento del documento por parte de los socios, puesto que el art. 2545-bis les consiente examinar el libro de las reuniones y de las deliberaciones del Consejo de administración, de lo que resulta el informe en estudio, y análogo derecho debe entenderse reconocido con base en el art. 223-septies RD N° 318/1942 respecto del Consejo de gestión. No parece, por otra parte, que el límite del décimo del total del número de los socios, requerido por el art. 2545-bis para el ejercicio del derecho antes mencionado sea expresión de un principio que busque impedir que el solo socio caiga en cuenta. Se debe también observar que, a pesar de que en el sistema dual no corresponda a la Asamblea de los socios aprobar el balance, no puede negarse a estos últimos el derecho de información que se concreta en el examen del proyecto del balance, de la documentación inherente y del informe del mismo balance, en tanto que es siempre reconocido su derecho a ejercitar la acción de responsabilidad hacia los componentes de tales órganos (es la revocación de los consejeros de vigilancia). Esto presupone que la actuación de los socios debe estar en condiciones de valorar si lo hecho por los órganos de administración y control se ajusta a la Ley o en todo caso se dirige, en las cooperativas, a la consecución del fin mutualístico. En consecuencia, en cuanto el Consejo de vigilancia es llamado a aprobar el balance se aplicará lo dispuesto por el art. 2429 (v. también ex art. 223-septies RD.n.° 318/1942) según el cual los informes (del Consejo de vigilancia y del Consejo de gestión) están depositados en la sede.

BIBLIOGRAFÍA

- AAVV. Gli statuti delle società cooperative. En: *Le società*, 2000.
- ALLEVA, F. La riforma del diritto cooperativo italiano. *Contratto e Impresa*, 2003.
- Riflessioni sulla riforma del diritto cooperativo italiano. *Le Società*, 2002.
- BASSI, A. La *filosofia* della riforma delle società cooperative. En: *Tai al Convegno sulla riforma delle società dir*: Fondazione Courmayer, del 27 al 28 de septiembre 2002.

- Il futuro della cooperazione nei progetti di riforma delle società non quotate. *Rivista di diritto dell'impresa*, 2001.
- BONFANTE, G. La compatibilità e/o l'applicabilità delle norme in materie di s.r.l. e s.p.a. alle cooperative. En: *Atti del Forum sulla riforma de diritto societario*, Milano, 10 febrero 2003.
- La nuova disciplina delle cooperative. *Riv. Coop.*, n.º 3, 2002.
- Finanziaria 2001: dall'art. 17 un regalo inaspettato. *Riv. Coop.*, Vol. I, 2001.
- Il progetto Mirone: la disciplina della società cooperative. *Riv. Coop.*, 2000.
- La legislazione cooperativa. Evoluzione problemi. En: *Comentario Cod. F. Civ.* GALGANO (dir.), Bologna-Roma, SCIALOJA-BRNACA, 1999.
- *Assemblea speciale nelle cooperative con diverse categorie di socio Le Società*, 1991.
- BUONOCORE. *La riforma del diritto societario*. Torino, 2003.
- COSTI. Proprietà e imprese cooperative nella riforma del diritto societario. *Giur Comm*, 2001.
- DI PIETRO, M. Le nuove forme di finanziamento delle società cooperative: la nozione di strumento finanziario. En: *Atti del Forum sulla riforma de diritto societario*, Milano, 10 febrero 2003.
- FORTUNATO, S. I controlli nella riforma del diritto societario. *Relazione al XXII Convegno su Diritto Societario: dai progetti alla riforma*, Courmayeur, 27-28 settembre 2002.
- GALGANO, F. *Il nuovo diritto societario*, Padova, 2003.
- *I gruppi di società*, Torino, 2001.
- GENCO, R. La trasformazione e la fusione delle società cooperative. En: *Atti del Forum sulla riforma de diritto societario*, Milano, 10 febrero 2003.
- Note sui principi di corporate governance e sulla riforma del diritto societario nella prospettiva delle società cooperative. En: *Giur. Comm.*, 2000.
- GRASSUCCI, L. La riforma delle società cooperative: valutazione delle centrali cooperative. En: *Atti del Forum sulla riforma de diritto societario*, Milano, 10 febrero 2003.
- Gli organi di amministrazione e controllo delle società cooperative. En *Comentario alla riforma orgánica del diritto societario*, SANDULLI y SANTORO (Dir.), Torino, 2003.
- MARASA, G. Regole di corporate governance e Banche di credito cooperativo. *Giur. Comm.*, I, 2001.
- MONTALENTI, P. La riforma del diritto societario nel progetto della Commissione Mirone, en *Giur. Comm.*, 2000.
- PAOLUCCI, L. F. *Le società cooperative*. Milano, 1999.
- ROCCHI, N. Una riforma (organica) delle società cooperative: alcune annotazioni a margine della c.d. bozza Mirone. *Giur Comm.*, 2000.
- SACCHI. Sui gruppi nel Progetto Mirone. *Giur. Comm.*, 2000, I.
- SALAFIA, V. La riforma del diritto societario dalla bozza Mirone alla legge delega. *Le Società*, 2001.
- La bozza di legge delega Mirone di riforma del diritto societario e l'autonomia statutaria. *Le società*, 2000.

LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN ORGANIZADOS: LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DEL COMERCIO

POR
JUAN CARLOS GARCÍA VILLALOBOS*

RESUMEN

La actividad económica de la distribución comercial es uno de los sectores más importantes en el sistema económico español. La proliferación de grandes empresas de distribución sucursalista que dominan los canales propicia la organización del comercio menor en entidades que garanticen su competitividad a través de modelos de negocios que generen confianza en el consumidor mediante unas prestaciones comerciales difícilmente alcanzables operando en canales independientes.

Las sociedades cooperativas del comercio son una manifestación de canales organizados alrededor de pequeños comerciantes que les aportan el valor añadido de servicios que les convierten en formatos menos vulnerables y más firmes, con la referencia de los principios exclusivos que las definen y que como resultado han dado lugar a operadores comerciales muy potentes en determinados mercados.

Palabras clave: sector comercial, comerciante, servicios, minorista, integración.

ABSTRACT

The sector of distribution is one of the most important area in the spanish economic system. The proliferation of the «big» retailers with power over de channels triggers the organization of the small retailers in others, guarantying their competivity through business models, able to generate trust in the final costumer, providing special services hardly achievable working in independent channels.

* Profesor de Comercialización de la Universidad San Pablo-CEU. Miembro del Grupo de Estudios e Investigación en Economía Social de la Universidad San Pablo CEU (GEIES). Investigador de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense de Madrid.

REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos • Núm. 84. 2004

The trade co-operative societies are a sample of well organised channels around the small retailers providing value added to services and becoming into an stronger trader, with the reference of an exclusive principles, main feature of these kind of companies. A result of all mentioned above, there are vigorous firms in some markets.

Key words: distribution, trader, services, retailer, integration.

1. EL CONTEXTO DE MERCADO DE LA SOCIEDAD COOPERATIVA DEL COMERCIO COMO OPERADOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

La profundización sobre las sociedades cooperativas del comercio requiere el conocimiento de su papel como participantes en los canales de distribución previamente a una explicación sobre el mercado en que desenvuelven que, a su vez, justifica la de las configuraciones organizativas resultantes entre las que se encuentran las mismas sociedades cooperativas.

1.1. El concepto de operador de la distribución

La actividad económica de la distribución comercial -que no el proceso que culmina la cadena de suministro empresarial y que se planifica dentro de las políticas comerciales o de «marketing»- comprende los agentes económicos especializadas en la práctica del comercio de toda clase de bienes y servicios¹. Estos se denominan operadores comerciales, también intermediarios o simplemente comerciantes y en definitiva hacen posible el intercambio de los productos en cuestión.

El criterio determinante para diferenciar los operadores comerciales es la relación mantenida con el producto objeto de distribución; de manera que son distribuidores los que asumen la propiedad de las mercancías mediante las actividades típicas de compra-venta y no distribuidores los que se limitan a representar a los dueños de la mercancía a cambio de una retribución convenida.

1.2. El sector comercial en España

La distribución comercial española tiene unos rasgos que han condicionado la situación del sector, pero también la conformación

¹ En este sentido, al margen de cualquier precisión semántica, distribución comercial y comercio son concepto equivalentes.

de los canales comerciales alrededor de entidades de corte asociativo que como las cooperativas tienen un peso específico en los procesos comercializadores de la oferta.

La última actualización del pormenorizado Estudio sobre la Estructura del Comercio Minorista en España de la Dirección General de Política Comercial arroja datos significativos, entre ellos, los que se recogen en la tabla 1 que evidencian una actividad sumamente importante en el conjunto de la economía nacional.

TABLA 1
CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO MINORISTA EN ESPAÑA

Aportación al PIB	13%
Número de comercios	602.608
Cifra de negocio	122.051 millones de euros (202.541 euros/establecimiento)
Densidad Comercial	15 puntos de venta por cada mil habitantes
Superficie de venta	55.861.486 m ² (92,7 m ² / establecimiento)
Empleos directos	1.631.955 personas (2,7 empleados/ establecimiento)
Forma societaria del negocio	Titularidad física (75%)
Régimen de tenencia del local	Predomina el alquiler (53%) frente a la propiedad (47%)
Forma de venta	Asistida por vendedor (87%)

FUENTE: Dirección General de Política Comercial. *Estudio sobre la Estructura del Comercio Minorista (Actualización 2000)*. <http://www.mcx.es/Polcomer> (consultado con fecha 27/09/2004).

Así, se desprende que la cuarta parte de los comercios detallistas españoles se constituyen bajo titularidad jurídica, muchos menos de los que son de titularidad física, poniéndose de relieve la existencia de un elevado grado de fragmentación o dispersión empresarial debido a la existencia de un gran número de propietarios individuales de establecimientos comerciales (dueños y trabajadores en los mismos), que conforman el denominado comercio tradicional o independiente y que comúnmente se identifica por «pequeño comercio». Esto último, que se conoce como atomización, no es exclusivo del comercio, pero tiene consecuencias sobre la competitividad del sistema distributivo, sobre su eficiencia y sobre las aportaciones de las sociedades cooperativas desde su singular forma

de acometer la actividad empresarial tal y como se verá más abajo.

Además, se indican cifras sobre la magnitud de las entidades «mercantiles» dentro del grupo minoritario de comercios bajo titularidad jurídica, que pone de manifiesto que las organizaciones de participación (sociedades cooperativas y laborales) se encuentran a gran distancia de otras figuras societarias como la sociedad limitada y anónima que suman las tres cuartas partes.

TABLA 2
TIPOLOGÍA Y PESO DEL COMERCIO BAJO TITULARIDAD JURÍDICA

SOCIEDAD	PORCENTAJE EN EL GLOBAL DE ENTIDADES
	CON PERSONALIDAD JURÍDICA
Limitada	57,2%
Anónima	17,3%
Comunidad de Bienes	12,3%
Civil	5,0%
Laboral	3%
Cooperativa	1,4%

FUENTE: Dirección General de Política Comercial. *Estudio sobre la Estructura del Comercio Minorista (Actualización 2000)*. <http://www.mcx.es/Polcomer> (consultado con fecha 27/09/2004).

Con todo, al mismo tiempo que compone el grueso de la oferta comercial española, las microempresas del comercio son un porcentaje significativo de la ocupación en España, del empleo autónomo y del tejido empresarial; y más concretamente en el sector servicios donde se circunscriben, destacándose lo que sigue a partir de los datos del Directorio Central de Empresas (tabla 2):

- a) Un 53,3% de las empresas españolas no emplean trabajadores.
- b) Un 26,2% contratan un máximo de dos asalariados, pero representan un 56% de la población de empresas con contratados.
- c) El 30% se dedican al comercio.
- d) En la actividad comercial el 82,3% de las empresas ocupa a lo sumo dos personas², que comprende el 38% del total de entidades del sector servicios².

² Llama la atención que a pesar de tratarse un actividad de este sector sea la única de este grupo que se analice de forma independiente en la tabla 3, lo que manifiesta un preponderante peso en el conjunto.

TABLA 3
EMPRESAS POR SECTOR ECONÓMICO Y NÚMERO DE ASALARIADOS

INTERVALO DE ASALARIADOS	SECTOR ECONÓMICO				
	TOTAL	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO *	RESTO DE SERVICIOS**
Ninguno	1.408.792	77.206	143.365	424.176	764.045
1-2	692.964	62.607	77.937	231.699	320.721
3-5	259.764	36.538	40.517	77.608	105.101
6-9	126.050	23.251	21.676	33.964	47.159
10-19	86.308	21.902	18.418	17.363	28.625
Más de 20	71.439	22.758	12.792	11.880	24.009
Total	2.645.317	244.262	314.705	796.690	1.289.660

* Incluye comercio mayorista, comercio minorista e intermediarios del comercio.

** Pertenecen a este grupo la hostelería, el transporte y las comunicaciones, la actividad inmobiliaria, los servicios empresariales, de educación, sanidad, asistencia social y otros.

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística. *Directorio Central de Empresas -DIRCE- (Resumen de Resultados 2001)*. <http://www.ine.es> (consultado con fecha 8/09/2004).

El pequeño comercio, en su condición de potencial socio de la sociedad cooperativa de esta actividad, presenta unas características genuinas que refuerzan la posibilidad de vincularse en estas sociedades o en otras buscando mejorar su posición en el canal. En efecto, en los canales independientes en los que suelen desenvolverse no hay más vínculos que los derivados de los términos acordados para cada uno de los intercambios que se realicen, dando lugar a tantos mercados como transacciones se produzcan a lo largo de la distribución³.

Las características mencionadas, sin ánimo de exhaustividad, son⁴:

- a) El negocio es explotado por el titular comerciante o varios de su unidad familiar sin revestimiento jurídico.
- b) Los establecimientos comerciales tienen una media de 50 m² incluyendo las zonas no destinadas a sala de venta.
- c) El sistema de venta es el despacho directo mediante mostrador.
- d) La oferta comercial está escasamente diferenciada basada en un surtido amplio y poco profundo dada las limitaciones de espacio.

³ CASARES RIPOLL, J.; REBOLLO ARÉVALO, A. *Distribución Comercial*. Madrid: Civitas, 2000, p. 130.

⁴ BURRUEZO GARCÍA, J. C. *La gestión moderna del comercio minorista*. Madrid: ESIC, 1999, p. 36-40.

- e) Los precios son poco competitivos por la baja rotación de existencias.
- f) Las cargas financieras son considerables en los eventuales procesos de mejora de su actividad frente a una escasa solvencia de partida, bien sea para la renovación total o parcial de las instalaciones y equipamientos.
- g) La formación especializada en gestión del negocio es poco frecuente, perdiéndose oportunidades de aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologías y de la aplicación de las técnicas de *merchandising*
- g) La falta de agrupación con otros miembros del canal les convierte en vulnerables frente a otros modelos más dimensionados como resultado de un proceso de concentración interna o externa.

2. LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL ORGANIZADA

Tradicionalmente, el análisis de la Distribución Comercial se ha fundamentado en las capacidades de la empresa de dar respuesta a unas necesidades de finalización de su proceso productivo a partir de una demanda manifiesta, si bien modernamente este esquema deja paso a otro «económico-político» que no concibe a la empresa como entidad competitiva en el mercado, sino al canal de distribución; de manera que sus prestaciones difieren según que los operadores comerciales mantengan su independencia para decidir los intercambios o se caractericen por tener lugar de un modo continuado entre organizaciones por razones corporativas, contractuales o de control⁵.

La aspiración de reducir el riesgo de la distribución y de las cargas económicas propicia que se lleguen a admitir vinculaciones para compartir las labores de la actividad comercial⁶, siendo aquellas alternativas de organización a través de las que se materializan estas aspiraciones y que

⁵DIEZ DE CASTRO, E. *Distribución Comercial*. Madrid: McGraw-Hill, 2004, p. 23.

Entre la literatura al respecto puede verse: PELTON, L.; STRUTTON, D. LUMPKIN; J.: *Marketing Channels (a relationship management approach)*. New York: McGrawHill, 2002, p. 208-241; STERN, L. W.; EL-ANSARY, A. I.; COUGHLAN, A. T.; CRUZ, I.: *Canales de Comercialización*, Madrid: Prentice-Hall, 1999, p. 209-258; MÚGICA GRIJALBA, J. M.: Las distintas formas de vinculación en los canales de comercialización como instrumentos de coordinación y control del proceso de distribución, *Estudios sobre el Consumo*, n.º 9, diciembre, 1986, p. 15-21; McCAMMON, B. C.: *Perspectives for Distribution Programming*. en BUCKLIN, L. P. (Edit): *Vertical Marketing Systems*, Scott Foreman, Glenview, Illinois, 1970. p. 32-51.

⁶CASARES RIPOLL, J.; REBOLLO ARÉVALO, A. *Distribución Comercial, op. cit.*, p.130.

responden a la tipología de sistema de organización de la distribución vertical, que en suma es un canal de distribución formado por una red central, dirigida profesionalmente, para conseguir economías tecnológicas, de dirección y de promoción a través de la integración, coordinación y sincronización de los flujos de distribución⁷. Esta estructura coordinada difiere de la que no conlleva un acortamiento del canal, denominada organización horizontal, bien sea por enfocarse hacia la mejora de la capacidad de atracción comercial de los vinculados (asociacionismo espacial) o en alguna función clave en la práctica del comercio (asociacionismo no espacial).

En concreto, las formas de integración vertical pueden ser:

- Corporativas: el canal en su totalidad es propiedad de una sola empresa que forma una unidad de decisión plenamente integrada.
- Contractuales: los comerciantes mantienen su independencia jurídica, vinculándose en distinto grado según las condiciones del acuerdo contractual.
- Administradas: los procesos en los diferentes niveles del canal de distribución son coordinadas por un miembro con poder económico a través del que influye sobre los demás.

El concepto de red también se ha estudiado para explicar las relaciones en los canales. Así, como conjunto de nodos y relaciones que los conectan⁸, las ganancias de la utilización de redes se derivan del valor que tiene conectarse a la misma o del número de usuarios que la forman⁹. Como caso particular de red, la organización del funcionamiento de la distribución comercial describe el objetivo de cooperación entre empresas a través de la cadena comercial para crear una ventaja competitiva para todo el sistema, además de generar un mayor valor añadido al consumidor¹⁰. Como componente de la misma, la distribución comercial es la primera parte de la cadena de suministro empresarial (distribución-producción-aprovisionamiento)¹¹ cuya ges-

⁷ McCAMMON, B. C.: *Perspectives for Distribution Programming*, en BUCKLIN, L. P. (Edit): *Vertical Marketing Systems*, Scott Foreman, Glenview, Illinois, 1970, p. 32-51.

⁸ FOMBRUM, C. J. Strategies for network research in organizations. *Academy of Management Review*, vol. 7, n.º 2, 1982, p. 280-291.

⁹ SHAPIRO, C. VARIAN, H. R. *Information rules. A strategic guide to de network economy*. Harvard Business School Press, 1999.

¹⁰ CAMPBELL, A. J.; WILSON, D. T. *Managed Networks. Creating Strategic Advantage*. *Networks in Marketing*, Sage Publications, 1996, p. 125-143.

¹¹ Evidentemente, y bajo un enfoque de marketing, partiendo del mercado como destinatario de la satisfacción de las necesidades que desencadena el flujo logístico a partir del servicio que proporciona la distribución como: a) contacto de la empresa con el mercado y b) política del denominado «marketing mix».

ción integrada¹² engloba «la coordinación sistemática y estratégica de las funciones tradicionales del negocio dentro de una empresa particular y a lo largo de todas las partes implicadas en la cadena de aprovisionamiento, con el propósito de mejorar el rendimiento a largo plazo tanto de cada unidad de negocio como de la cadena global»¹³.

En efecto, en la actualidad ya no se trata de ser más eficiente a la hora de satisfacer necesidades y optimizar recursos en el entramado de relaciones logísticas de cadenas de suministro independientes, sino que esa eficiencia tiende a proporcionarse en entornos globales, es decir, incardinándose en una red de organizaciones encaminada a unir sus respectivas cadenas de suministro para que desde la búsqueda de soluciones conjuntas proporcionen valor para el cliente en lo que se denomina Cadena de Suministro Global, y que en esencia es una manifestación de marketing relacional en el que la responsabilidad de la creación de valor afecta a todos los que participan en su proceso.

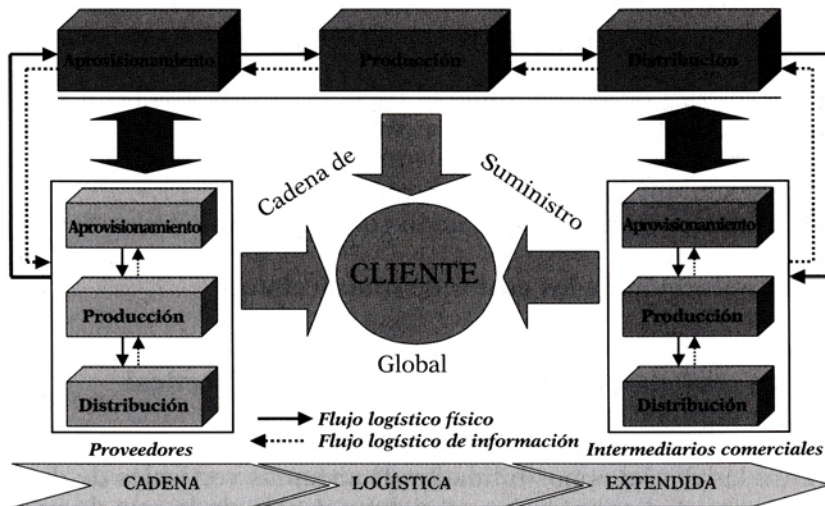
Sea como fuere, la red hace posible que empresas pequeñas se aproximen en su comportamiento estratégico a las grandes, contribuyendo a resolver el problema de la competitividad a través de la formación de estructuras basadas en la reunión, la colaboración y la cooperación empresarial¹⁴.

¹² Gestión de la Cadena de Suministro o *Supply Chain Management*.

¹³ MENTZER, J. T.; DEWITT, W; KEEBLER, J. S. et al. Defining supply chain management, *Journal of Business Logistics*, vol. 22, n.º 2, p. 1 -25. Sobre este asunto puede consultarse: BALLOU, R. H. *Logística. Administración de la Cadena de Suministro*, Pearson Educación, 2004; SABRIA, F. *La Cadena de Suministro*, ICG Marge, 2004.

¹⁴ GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. El microemprendimiento y las empresas de participación Principios y valores que inspiran su actividad. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, n.º 65, 1998, p. 40.

GRÁFICO 1
LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO



FUENTE: Elaboración propia.

El enfoque de redes choca frontalmente con la estructura de los canales independientes, concebidos como «asociaciones fragmentarias de entidades con diversos propietarios y tipos de gestión, cada una de las cuales sólo se preocupa de sus intereses financieros a corto plazo»¹⁵. La ausencia de objetivos conjuntos, la facilidad de entrada en estos canales, la imposibilidad de economías sistemáticas, la falta de planificación, de incentivos y de lealtad son rasgos presentes en una distribución donde la coordinación que pudiera presentarse es el resultado de la negociación¹⁶.

Las propuestas de valor implícitas en sistemas integrados verticales están encauzadas tanto hacia la oferta para la consecución de una mayor poder de negociación (integración hacia atrás) como hacia la demanda para conseguirlo respecto al mercado (integración hacia delante). Esto se concreta en una serie de objetivos¹⁷:

¹⁵ STERN, L. W.; EL-ANSARY, A. I.; COUGHLAN, A.T.; CRUZ, I. *Canales de Comercialización...*, op.cit, p. 22.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ CASARES RIPOLL, J. REBOLLO ARÉVALO, A. *Distribución Comercial...*, op. cit, p. 131; DAY, G. S.; KLEIN, S. Cooperative Behavior in Marketing Channels: the influence on transaction costs and competitive strategies. *Review of Marketing (American Marketing Association)*, 1987, p. 39-89; LAMBIN, J. J. *Marketing estratégico*. Madrid: McGraw-Hill, 1995, p. 345.

- La disminución de costes como consecuencia de la coordinación de las funciones de la distribución (logísticas y transaccionales).
- La reducción del riesgo, ya sea en materia de aprovisionamiento (volatilidad de la oferta, poder de los proveedores...), ya sea respecto a la demanda (poder de los consumidores, escasa fidelidad...).
- La mejora de la rentabilidad de la actividad gracias a una más cuidada selección de las inversiones en el canal.
- La creación de barreras de entrada con base en la fortaleza alcanzada por los grupos verticales.
- La más completa información sobre las necesidades de los consumidores.
- La reducción de los costes de transacción.

2.1. La sociedad cooperativa como sistema vertical de comercio

Entre las distintas posibilidades de sistemas verticales de distribución, la sociedad cooperativa se incluye dentro de lo que de una manera genérica se denomina comercio asociado y que responde a la tipología del comercio vinculado contractualmente. Este además contempla otras formas arraigadas en el tejido comercial español como las cadenas voluntarias de detallistas y las cadenas franquiciadas, que pese a tener objetivos y desempeñar funciones similares a las cooperativas, están lejos de ellas por los principios que las rigen y que dan lugar a un operador comercial con un funcionamiento poco corriente en su cometido de dar valor tanto al socio comerciante como al mercado que sirve.

Mientras que las cadenas voluntarias agrupan a mayoristas que se encargan de diseñar un programa comercial a seguir por un grupo de minoristas mediante un contrato que deja cierto margen de maniobra a estos últimos para desvincularse eventualmente ante alternativas de compras y servicios más atractivas del mercado, la franquicia es el extremo opuesto ya que este margen se reduce a la mínima expresión por el estricto control que ejerce el franquiciador sobre la enseña que cede al comerciante.

En las sociedades cooperativas la pertenencia a la organización se formaliza por la condición de socio, pero además por un contrato que refuerza su vínculo con la sociedad en virtud de la capacidad que tiene de explotar una tecnología comercial con base en una estrategia empresarial fijada por ellos mismos. En este sentido, aunque pudiera parecer que la fortaleza competitiva de una cadena voluntaria fuese superior con base

en el ejercicio del liderazgo en el canal por los mayoristas vinculados, la realidad demuestra que el funcionamiento de las cooperativas consigue mejores resultados en determinados mercados¹⁸.

No obstante, hay quienes sobre el concepto de sociedad cooperativa, que conlleva la titularidad jurídica de la empresa por parte los socios independientemente de su personalidad física o jurídica, entienden que se puede considerar a las cooperativas de comerciantes como sistemas corporativos en los mismos términos que las cooperativas de consumidores¹⁹.

Pero además, en su configuración de empresa de empresarios es posible reconocer a la sociedad cooperativa de comerciantes como un sistema de distribución horizontal al concentrar la prestación comercial de un mismo escalón del canal²⁰, el de venta al consumidor²¹. Es más, la literatura sobre la materia reconoce a las centrales de compras como un sistema de distribución horizontal cuando las propias sociedades cooperativas e incluso las cadenas voluntarias se confunden con ellas a partir del moderno concepto de central de compras y servicios que se identifica plenamente con sus objetivos independientemente de la personalidad jurídica adoptada²².

3. EL PERFIL DEL COOPERATIVISMO DEL COMERCIO

A la hora de un tratamiento de la sociedad cooperativa del comercio es importante no perder de vista los planteamientos que pueden facilitar o clarificar este objetivo bien sea por cómo son observadas por las normas que las regulan o bien en su condición de forma comercial peculiar y alternativa a las muchas que presentan en la actividad económica de la distribución comercial.

¹⁸ Piénsese, por ejemplo, en la distribución farmacéutica, según las cifras que se aportan en el epígrafe 4.

¹⁹ BUENDÍA MARTÍNEZ, I, *La Integración comercial de las sociedades cooperativas*. Madrid: Consejo Económico y Social, 1999, p. 115.

²⁰ *Ibid.*

²¹ Esto puede explicar la aceptación que tiene entre el movimiento su consideración de «detallista del comercio independiente».

²² La Asociación Nacional de Compras y Servicios (ANCECO) define la Central de Compras y Servicios como «un operador que, disponiendo de recursos económicos y personalidad jurídica propia, tiene por objetivo desarrollar actividades y prestar servicios a las empresas independientes que, con espíritu de cooperación, se han asociado a su organización mediante una reglamentación interna, para mejorar su posición competitiva en el mercado».

3.1. Las cooperativas del comercio en las normas

Como cualquier sociedad cooperativa, la del comercio está sometida a un doble marco legislativo. Por un lado, el que corresponde al reconocimiento de su personalidad jurídica, y por otro, el específico del sector en que desarrollan su actividad empresarial. En el primer caso se aplica la ley 27/1999, de Cooperativas²³, mientras que en el segundo la ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista²⁴, ambas estatales; al margen de la regulación existente en la práctica totalidad de las comunidades autónomas en virtud de las competencias transferidas en estas materias.

Respecto a la ley 27/1999 no hay lugar a dudas de su consideración, ya que por una parte no las recoge como tales en la clasificación general que hace en el artículo 6, y por otra, se ajustan a la tipología de la cooperativa de servicios que recoge el artículo 98 en el que tienen cabida las sociedades cooperativas del comercio como tantas otras cooperativas que agrupan a empresarios individuales con la finalidad de desempeñar una serie de tareas encaminadas al mejoramiento económico de sus negocios, en el caso que nos ocupa, la intermediación comercial.

Con el ánimo de proteger los derechos de los consumidores y de garantizar un funcionamiento eficiente del sistema de distribución, la ley de Comercio establece las bases jurídicas de la actividad comercial con especial énfasis en las denominadas ventas especiales (a distancia, automática, ambulante, etc.), con promoción (en rebajas, de saldos, con obsequio; etc.) y el régimen sancionador. A diferencia de otras normas sectoriales, no hay alusión alguna a fórmulas de asociacionismo en la actividad²⁵, pero deja claro su propósito de legislar la actividad profesional de venta de bienes y servicios sin preocuparse por la forma comercial bajo la que se realice.

3.2. La prestación cooperativa

De acuerdo a su configuración legal, la actividad cooperativizada de la cooperativa del comercio consiste en prestar una serie de servicios a un

²³ ESPAÑA. Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas, *B.O.E.* 170.

²⁴ ESPAÑA. Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, *B.O.E.* 42.

²⁵ Un ejemplo de esta consideración es la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres, *B.O.E.* 182, y su Reglamento, que incluyen artículos dedicados a las sociedades cooperativas de transporte.

colectivo de comerciantes, fundamentalmente del escalón detallista e incluidos dentro del grupo del «pequeño comercio», con el fin de mejorar y perfeccionar su actividad profesional que gira en torno a una producción de servicios comerciales.

En su papel de socios usuarios, estos comerciantes pueden actuar en calidad de proveedores y consumidores a partir del criterio clave de su participación en los flujos reales de la empresa²⁶:

- Como proveedores:
 - a) De trabajo, aunque evidentemente no como socios trabajadores, sino como gestores de un punto de venta²⁷.
 - b) De establecimientos comerciales, que son de titularidad de ellos mismos.
- Como consumidores de unos servicios que son la razón de ser la sociedad:
 - a) El aprovisionamiento, a través de compras agrupadas que les procuran márgenes mejorados en los precios de venta; incluso mediante la pertenencia a otras organizaciones de compradores de ámbito superior²⁸.
 - b) La logística, a través de una red de centros de distribución y medios de transporte que satisface las reposiciones de mercancía en variedad y tiempo y optimiza la superficie de venta por liberación de espacio dedicado al almacenaje.
 - c) La construcción de una marca/enseña diferenciada con un posicionamiento definido y notoriedad, lo que le lleva a definir un surtido de productos, incluyendo marcas propias, una estrategia publicitaria y herramientas de fidelización de clientes.
 - d) Una formación orientada a preservar la competitividad y perfeccionamiento del negocio, incluyendo la concierne a sistemas de gestión de puntos de venta conectados a través de *intranet*.
 - e) Una permanente atención del mercado que impida menoscabar los resultados del socio.
 - f) Asesoramiento técnico, financiero y en aseguramientos.

²⁶ GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. El problema de la doble condición de los socios-trabajadores (socios-proveedores y socios-consumidores) ante la gerencia de la empresa cooperativa. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, n.º 56-57, 1988-1989.

²⁷ GARCÍA VILLALBOS, J. C. *Las Sociedades Cooperativas en el transporte de mercancías por carretera en España*. Madrid: Consejo Económico Social, 2000, p. 44-46.

²⁸ Fundamentalmente, centrales de compra nacionales e internacionales.

Así pues, esta doble condición de los socios comerciantes determina el carácter mixto de la sociedad cooperativa del comercio en tanto que se comportan como proveedores y como consumidores. Esto puede ser matizado ya que hay algunos casos en los que la vinculación es testimonial al reducirse a la posibilidad de disponer de un suministrador más al que acudir cuando se mejoren las condiciones de las fuentes de aprovisionamiento habituales, lo que va en contra de la reducción de la incertidumbre de la organización y del mantenimiento de una política comercial común.

En otro orden de cosas, en las sociedades cooperativas del comercio, como en cualquier sociedad cooperativa y como en cualquier empresa, el proceso financiero se manifiesta como flujos de cobros y pagos que tienen una singular composición según la participación en la actividad cooperativizada. No obstante, el primer desembolso, necesario para adquirir la condición de socio, puede ser variable en función de las tiendas aportadas, lo que se confirma en el caso de las cantidades abonadas periódicamente de manera proporcional al montante de los pedidos acumulados y que se destinan a sufragar los gastos de funcionamiento, que además es precisamente el criterio que se utiliza para aplicar los descuentos en los que se aplican los eventuales resultados positivos del ejercicio. Sin embargo, lo más frecuente y beneficioso para el socio es que se anticipe su rentabilidad mediante un margen comercial mejorado gracias a unos precios competitivos tanto de venta como de compra. En efecto, dado que los comerciantes son los propios socios de la sociedad cooperativa se elimina el margen de beneficio del mayorista convencional siendo posible ofrecer unos precios competitivos sin reducir la calidad del servicio de la distribución comercial.

3.3. La prestación comercial

Las sociedades cooperativas del comercio son empresas de la actividad económica de la distribución comercial, y como tal son operadores comerciales, en particular, la asunción de la propiedad de los productos que comercializan y de funciones específicas las encuadran a la vez dentro del canal mayorista y minorista justificando, por un lado, su consideración de sistema vertical de distribución, y por otro, el reconocimiento de la Ley 27/1999 que asimismo las considera como operadores en ambos niveles del canal de distribución²⁹.

Más concretamente, los socios suelen ser comerciantes minoristas que a través de los servicios buscados con el agrupamiento dan lugar a que la organización desarrolle funciones típicamente mayoristas, en especial,

²⁹ ESPAÑA. Ley 27/1999 ... , *op. cit.*, disposición adicional quinta.

las relativas a las relaciones con la fabricación en los procesos de negociación de las condiciones de compra junto con las de gestión de los flujos logísticos derivados, pero también las de potenciación de la enseña que permitan la consecución y la mejora de la cuota de mercado.

Con todo, aunque teóricamente la orientación más adecuada de las cooperativas del comercio es hacia los escalones anteriores y posteriores del canal de distribución, hay ejemplos de preferencia hacia uno de ellos, concretamente, hacia atrás, lo que evidencia un papel exclusivo de centro comprador/mayorista; del mismo modo que hay otros en los que se presta un servicio integral al socio aún cuando la imagen particular se mantiene,³⁰.

4. EL SECTOR COOPERATIVO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

El peso de las sociedades cooperativas del comercio en la actividad de la distribución comercial española puede analizarse a partir de fuentes bibliográficas diversas que contemplan realidades diferentes aunque sirven de aproximación a su importancia tanto en la actividad en que se ubican como en el conjunto de las organizaciones de participación.

El citado Estudio sobre la Estructura del Comercio Minorista aporta datos sobre la concentración empresarial y concluye que del 12,4% del comercio integrado que existe en España, un 12,6% se lleva a cabo a través de cooperativas de detallistas, por debajo de los canales organizados en tomo a cadenas voluntarias, franquiciadas y centrales de compras.

TABLA 4
GRADO Y TIPO DE INTEGRACIÓN EN EL COMERCIO MINORISTA

INTEGRACIÓN	PORCENTAJE	TIPO	PORCENTAJE
NO	87,6		
SI	12,4	Cadena voluntaria	38,2
		Central de Compras	20,6
		Franquicia	19,1
		Cooperativa	12,6
		Otras	9,8

FUENTE: Dirección General de Política Comercial. *Estudio sobre la Estructura de Comercio Minorista (Actualización 2000)*. <http://www.mcx.es/Polcomer> (consultado con fecha 27/09/2004)

³⁰ Por ejemplo, el Grupo COFARES (Cooperativa de Farmacéuticos Españoles), presta este servicio integral a sus más de 8.500 socios-farmacéuticos, que llega incluso al suministro de marca propia (Aposán y Farline), si bien conservan la enseña.

En concreto, en la distribución de gran consumo (alimentación-droguería-perfumería) es posible apreciar la relevancia de algunos operadores comerciales cooperativos, caso de la Unión de Detallistas Españoles (UNIDE, S. Coop.), la principal cooperativa en este mercado que ocupa el puesto diecinueve en la relación de distribuidores comerciales nacionales por cifra de negocio, seguida de la granadina Coviran, S.C.A.

TABLA 5
PRINCIPALES OPERADORES COMERCIALES COOPERATIVOS EN
ESPAÑA SEGÚN VOLUMEN DE FACTURACIÓN (2002)

SOCIEDAD COOPERATIVA	VENTAS NETAS 2002 (MILLONES DE EUROS)	Nº DE TIENDAS
UNIDE	429,47	744
COVIRAN ³¹	270,40	1.620
UPPER ³²	89,51	16
SAN RAFAEL	70,50	18
COVALDROPER ³³	32,00	-
O MELLOR	22,00	18
CODROPER	21,5	1
BIDE ONERA VASCA	20,49	4

FUENTE: Alimarket. *Ranking de las empresas de distribución alimentaria 2002. Distribución Actualidad. Ranking de operadores comerciales españoles 2002.*

En el caso de la distribución farmacéutica, no hay lugar a dudas de su magnitud en el mercado, ya que aproximadamente el 70% del mercado está en manos de entidades cooperativas³⁴, con especial referencia

³¹ <http://www.coviran.es>

³² <http://www.upper.es>

³³ <http://www.covaldropergrupo.com>

³⁴ ITURRIOZ DEL CAMPO, J. La aplicación de márgenes económicos a los productos farmacéuticos y su implicación con el resultado de las sociedades cooperativas. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, n.º 81, 2003, p. 10. Del mismo autor puede consultarse: ITURRIOZ DEL CAMPO, J. *Las cooperativas de distribución farmacéutica en España*. Valencia: CIRIEC-España, 2003. También BRUQUE CÁMARA, S.; VARGAS SÁNCHEZ, A.; HERNÁNDEZ ORTIZ, M. J.; MOYANO FUENTES, J. Caracterización competitiva del Sector de Distribución Farmacéutica. Especial referencia al subsector cooperativo. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, n.º 76, 2002.

al Grupo COFARES³⁵, que es el líder indiscutible no sólo de la distribución farmacéutica con un 18,16% de cuota de mercado en 2003³⁶, sino del sector sanitario español tal y como se desprende de la siguiente tabla, donde en el grupo correspondiente a operadores de la distribución farmacéutica únicamente SAFA GALÉNICA no es sociedad cooperativa.

TABLA 6
RANKING DE EMPRESAS Y GRUPOS DEL SECTOR SANITARIO (2003)

EMPRESA	ACTIVIDAD	FACTURACIÓN EN 2003 (106 €)
COFARES	Distribución farmacéutica	2.475,77
FREMAP	Mutuas	1.857,22
ASEPEYO	Mutuas	1.315,23
SAFA GALÉNICA	Distribución farmacéutica	1.106,33
HEFAME	Distribución farmacéutica	1.040,00
ALMIRALL PRODESFARMA	Industria farmacéutica	886,10
NOVARTIS	Industria farmacéutica	869,00
PFIZER	Industria farmacéutica	850,00
DR. ESTEVE	Industria farmacéutica	844,00
LA FRATERNIDAD	Mutuas	751,70
GLAXOSMITHKLINE	Industria farmacéutica	748,00
ROCHE FARMA	Industria farmacéutica	703,28
ADESLAS	Seguros médicos	700,48
MUTUA MUGENAT	Mutuas	697,34
IBERMUTUAMUR	Mutuas	673,00
CECOFAR	Distribución farmacéutica	648,19
FEDERACIÓ FARMACEUTICA	Distribución farmacéutica	620,00
LILLY	Industria farmacéutica	600,90
ASISA	Seguros médicos	589,96
SANITAS	Seguros médicos	573,85

FUENTE: Sanimarket. Informe Anual del Sector Sanitario 2004

³⁵<http://www.cofares.es>.

³⁶ IMS Health 2004.

5. CONCLUSIONES

Las características presentes en el sector de la distribución comercial, encabezadas por elevado grado de concentración del mercado en unos pocos grandes operadores internacionales especialmente en la comercialización de productos masivos, compromete a la mayoritaria base de empresarios individuales del comercio vulnerable ante la exacerbada fortaleza competitiva de los sistemas corporativos. Paralelamente a la implantación de estos sistemas surgen otros, también de naturaleza vertical, que sobre la base del agrupamiento o asociación tratan de equilibrar el poder en los canales haciendo posible a los comerciantes de menor dimensión posicionarse como una alternativa convenientemente diferenciada de la prestación comercial de las cadenas sucursalistas. La idea de red subyace en estos planteamientos organizativos de los canales, sobre todo cuando en la distribución discurren dos flujos perfectamente coordinados y que representan sendos esquemas de red, tanto el relacional a través de los cuales tiene lugar el intercambio comercial, como el logístico que no transfiere la propiedad sino el bien objeto de comercialización.

Las sociedades cooperativas de comerciantes responden a una forma comercial representativa del comercio vinculado que plantea como objetivo la mejora de posición en el canal de quienes pretenden perfeccionar su oferta comercial mediante unos servicios convenientemente Ajustados por quienes van a utilizarlos, democráticamente. Para ello, el socio-comerciante reconoce un modelo de negocio que le proporciona valor añadido vía precios en la faceta compradora de las referencias que revenden, pero también por la imagen afianzada en su condición de operador de la distribución. El resultado es una organización sumamente competitiva en su doble consideración de sistema de distribución vertical en tanto integradora de funciones propias de diferentes escalones del canal, y de sistema horizontal como punto de encuentro de comerciantes del mismo nivel del circuito distributivo.

La importancia del cooperativismo en la distribución española varía según el mercado, aunque también es cierto que no hay información tan completa como en otras tipologías cooperativas. Sin embargo, tanto UNIDE, en gran consumo, y especialmente COFARES en el comercio farmacéutico, son los máximos exponentes de este tipo de organización.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ALIMARKET. *Ranking de las empresas de distribución alimentaria 2002*.
BALLOU, R. H. *Logística. Administración de la Cadena de Suministro*, Pearson Educación, 2004.

- BRUQUE CÁMARA, S.; VARGAS SÁNCHEZ, A.; HERNÁNDEZ ORTIZ, M. J. MOYANO FUENTES, J. Caracterización competitiva del Sector de Distribución Farmacéutica. Especial referencia al subsector cooperativo. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, Nº 76, 2002.
- BUENDÍA MARTÍNEZ, I. *La integración comercial de las sociedades cooperativas*. Madrid: Consejo Económico y Social, 1999.
- BURRUEZO GARCÍA, J. C. *La gestión moderna del comercio minorista*. Madrid: ESIC, 1999.
- CAMPBELL, A. J.; WILSON, D. T. *Managed Networks. Creating Strategic Advantage. Networks in Marketing*, Sage Publications, 1996.
- CASARES RIPOLL, J.; REBOLLO ARÉVALO, A. *Distribución Comercial*. Madrid: Civitas, 2000.
- DAY, G. S.; KLEIN, S. Cooperative Behavior in Marketing Channels: the influence on transaction costs and competitive strategies. *Review of Marketing (American Marketing Association)*, 1987.
- DÍEZ DE CASTRO, E. *Distribución Comercial*. Madrid: McGraw-Hill, 2004.
- DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL. *Estudio sobre la Estructura del Comercio Minorista (Actualización 2000)*. <http://www.mcx.es/> Polcomer.
- DISTRIBUCIÓN ACTUALIDAD. *Ranking de operadores comerciales españoles 2002*.
- ESPAÑA. Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas, *B.O.E.* 170.
- ESPAÑA. Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, *B.O.E.* 42.
- ESPAÑA. Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres, *B.O.E.* 182.
- FOMBRUM, C. J. Strategies for network research in organizations. *Academy of Management Review*, vol. 7, Nº 2, 1982.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. El microemprendimiento y las empresas de participación. Principios y valores que inspiran su actividad. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, n.º 65, 1998.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. El problema de la doble condición de los socios-trabajadores (socios-proveedores y socios-consumidores) ante la gerencia de la empresa cooperativa. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, n.º 56-57, 1988-1989.
- GARCÍA VILLALOBOS, J. C. *Las Sociedades Cooperativas en el transporte de mercancías por carretera en España*. Madrid: Consejo Económico y Social, 2000.
- IMS Health 2004.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Directorio Central de Empresas - DIRCE- (Resumen de Resultados 2001)*. <http://www.ine.es>.
- ITURRIOZ DEL CAMPO, J. *Las cooperativas de distribución farmacéutica en España*. Valencia: CIRIEC-España, 2003.
- ITURRIOZ DEL CAMPO, J. La aplicación de márgenes económicos a los productos farmacéuticos y su implicación con el resultado de las sociedades cooperativas. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, n.º 81, 2003.
- LAMBIN, J. J. *Marketing estratégico*. Madrid: McGraw-Hill, 1995.

- McCAMMON, B.C.: *Perspectives for Distribution Programming*, en BUCKLIN, L.P. (Edit): *Vertical Marketing Systems*, Scott Foreman, Glenview, Illinois, 1970.
- MENTZER, J.T. DEWITT, W. KEEBLER, J.S. et al. Defining supply chain management, *Journal of Business Logistics*, vol 22, n.º 2, p. 1-25.
- MÚGICA GRIJALBA, J. M.: Las distintas formas de vinculación en los canales de comercialización como instrumentos de coordinación y control del proceso de distribución, *Estudios sobre el Consumo*, Nº 9, diciembre, 1986.
- PELTON, L. STRUTTON, D.; LUMPKIN, J. *Marketing Channels (a relationship management approach)*. New York: McGraw-Hill, 2002.
- SABRIA, F. *La Cadena de Suministro*, ICG Marge, 2004.
- SANIMARKET. *Informe Anual del Sector Sanitario 2004*.
- SHAPIRO, C.; VARIAN, H. R. *Information rules. A strategic guide to de network economy*. Harvard Business School Press, 1999.
- STERN, L. W; EL-ANSARY, A. I.; COUGHLAN, A.T.; CRUZ, I: *Canales de Comercialización*, Madrid: Prentice-Hall, 1999.