

FUNDAMENTOS BÁSICOS DE ECONOMÍA SOLIDARIA



**COOPERATIVA DE TRABAJADORES
DE LA HACIENDA PÚBLICA Y LA DIRECCIÓN
DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES**

Escuela de Economía Solidaria

COOPERATIVA DE TRABAJADORES DE LA
HACIENDA PÚBLICA Y LA DIRECCIÓN DE
IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES



FUNDAMENTOS BÁSICOS DE ECONOMÍA SOLIDARIA

Escuela de Economía Solidaria

Bogotá, Enero de 2007

Cartilla docente

Fundamentos Básicos de Economía Solidaria

Cooperativa de Trabajadores de la Hacienda Pública y la
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales COOTRADIAN

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Principales

Juan Antonio Castro Pinto (Presidente)
Nobardo Peña Pineda (Vicepresidente)
Luís Eduardo Benavides Flórez
Luís Ángel Ochoa Echeverría
Alonso Pardo Yaruro

Suplentes

Wilson Rodrigo Morales Pineda
Nancy Reina Gutiérrez
Rubén Darío Pineda Martín
Luís Francisco Santander Cancino
Nubia Yara Martín

COMITÉ DE EDUCACIÓN

Nubia Yara Martín (Coordinadora)
Gabriel Hersaín González
Edilia Pardo León
Claudia Rocío Ballesteros

GERENTE

Esmeralda Saleh Páez

ESCUELA DE ECONOMÍA SOLIDARIA

Director: Juan Fernando Álvarez Rodríguez

Economista de la Universidad de los Andes Mérida-, postgraduado en responsabilidad social de la Universidad Tecnológica de Monterrey, especialista en evaluación social de proyectos de la Universidad de los Andes Bogotá- y master en economía social y dirección de entidades sin ánimo de lucro de la Universitat de Barcelona. Director de la Escuela de Economía Solidaria de Cootradian.

COOTRADIAN

Carrera 23 No. 42-50 • PBX: 340 7199
www.cootradian.com

ESCUELA DE ECONOMÍA SOLIDARIA

Tel. 757 92 84
E-mail: escuelacootradian@gmail.com

PRESENTACIÓN

COOTRADIAN, siempre preocupada por el crecimiento de sus asociados y de la comunidad en general, entrega esta Cartilla, que es el primer esfuerzo editorial de nuestra Escuela de Economía Solidaria, buscando generar una cultura de educación y formación permanente en los miembros de la cooperativa y del sector solidario, para facilitar el conocimiento de las instituciones y como una herramienta eficaz para la toma de decisiones.

La finalidad específica de la Cartilla es despertar el liderazgo latente en cada asociado estudioso e inquieto del acontecer diario en los órdenes local, nacional y global, inmersos en una economía de mercado que requiere verdaderos creativos al frente de las empresas solidarias para lograr su consolidación y crecimiento.

Disfrute y asimile la lectura de la Cartilla, en especial lo relacionado con la dirección y la parte financiera y contable de las cooperativas, temas básicos, para quienes aspiran a tener un conocimiento de la empresa solidaria. Por lo conciso y claro, es un preciso abrebocas para los futuros directivos de los entes cooperativos.

Si COOTRADIAN logra capacitar de manera permanente y constante a la membresía y demás asociados solidarios que requieran los servicios de capacitación, el Consejo de Administración considerará cumplido cabalmente uno de los principios fundamentales, la educación cooperativa, que permitirá una mejor visión y desarrollo en las empresas solidarias que reciban este producto, en especial nuestra cooperativa.

Agradecemos a todas las personas que participaron en la elaboración, edición e impresión de la Cartilla, de manera especial al profesor Juan Fernando Álvarez, Director de la Escuela de Economía Solidaria, por su tesoero esfuerzo en procura de la formación y capacitación cooperativa. Innovar los modelos de aprendizaje de adultos no es tarea fácil; con disciplina, constancia y esfuerzo mutuo lo lograremos. Esperamos ver pronto cristalizado el esfuerzo investigativo propuesto por nuestra Escuela y, de ser posible, generar una corriente de pensamiento en procura de un mejor estar de los asociados.

Consejo de Administración Cootradian

CONTENIDO

	Pág.
Presentación	3
Introducción	7
Módulo 1. Antecedentes históricos de la cooperación y fundamentos doctrinales.....	9
Presentación.....	10
Objetivo	10
Diagnóstico de entrada.....	10
Orígenes y definición de la cooperación.....	11
La organización cooperativa y las formas organizacionales	12
La identidad cooperativa.....	13
La ventaja cooperativa.....	17
Módulo 2. Análisis situacional de la economía solidaria	21
Presentación.....	22
Objetivo	22
Diagnóstico de entrada.....	22
Conceptos asociados a la solidaridad	23
Dimensiones y mundialización de la solidaridad.....	24
Dimensiones de la economía solidaria en Colombia.....	25
Módulo 3. Análisis organizacional de empresas solidarias.....	29
Presentación.....	30
Objetivo	30
Diagnóstico de entrada.....	30
Características afines de las empresas de economía solidaria.....	31
La especificidad cooperativa.....	32
Cooperativas	32
Precooperativas	36
Empresas comunitarias.....	36
Empresas solidarias de salud.....	37
Fondos de empleados	37
Asociaciones mutualistas.....	38
Empresas de servicios en la forma de administraciones públicas cooperativas	38
Organismos de Segundo y Tercer Grado que agrupan e integran Entidades Solidarias	39
Instituciones auxiliares de la economía solidaria.....	39

Módulo 4. Estructura básica de la organización solidaria.....	43
Presentación.....	44
Objetivo	44
Diagnóstico de entrada.....	44
Estructura básica de la organización solidaria.....	45
Organigrama de las empresas solidarias	46

Módulo 5. Fundamentos económicos y jurídicos de las empresas solidarias.....	53
Presentación.....	54
Objetivo	54
Diagnóstico de entrada.....	54
La lógica económica de la asociatividad.....	55
Leyes que regulan al sector solidario.....	60
Entidades estatales de promoción, fomento y supervisión del sector solidario.....	64
Organismos de integración y apoyo al sector solidario	64

Módulo 6. Introducción a la gestión de empresas solidarias.....	69
Presentación.....	70
Objetivo	70
Diagnóstico de entrada.....	70
Fundamentos básicos de contabilidad aplicada al sector solidario.....	71
Nociones básicas de tributación en empresas de economía solidaria.....	72
Fundamentos de planeación y cultura organizacional	73
El Proyecto Educativo Socioempresarial en la gestión empresarial.....	76
La responsabilidad social de las empresas solidarias y su objeto social.....	77
Reporte y Balance social.....	80
Apuntes finales: desafíos en la gestión de empresas socialmente responsables.....	83

Notas Biográficas.....	87
-------------------------------	----

Bibliografía.....	89
--------------------------	----

INTRODUCCIÓN

La gestión de las organizaciones solidarias es más compleja de lo que suele pensarse. Mientras la toma de decisiones en una empresa lucrativa está atada al mayor accionista, la toma de decisiones en empresas solidarias afecta a un universo de propietarios, beneficios y beneficiarios mucho más amplio y con funciones objetivo no siempre claras.

Bajo este contexto, la gestión solidaria requiere de una especial mediación pedagógica. El rol de la educación es central porque es la única herramienta que permite apostar al fortalecimiento de las instituciones y al mismo tiempo de sus asociados como propietarios y beneficiarios, sus familias, el medio ambiente, su comunidad y en general la sociedad. Además contribuye a la construcción de tejido social, integración comunitaria y movilidad social con una visión en común: el desarrollo de la solidaridad como eje motor de las relaciones sociales, económicas, políticas y culturales.

En este documento de trabajo se trata, de forma resumida, los fundamentos básicos de la economía solidaria en seis módulos.

El primero, hace referencia, de una parte, a los orígenes de la economía solidaria en las prácticas de cooperación entre agentes, desde la asociación de intereses hasta la conformación de la primera empresa de índole cooperativo y, de otra parte, a los principios doctrinales que configuran el hilo conductor de la gestión solidaria.

En el segundo módulo, se reseña brevemente el estado de la economía solidaria en el mundo en una dimensión integracionista a la que llamamos aldea solidaria, refiriéndonos a la economía solidaria como sujeto y actor de la mundialización.

En el tercer módulo, se analiza el componente organizacional de las empresas de economía solidaria haciendo énfasis en sus especificidades. En el cuarto módulo, se desarrolla el estudio de la estructura organizacional y los órganos de dirección de las diferentes empresas de economía solidaria.

En el quinto módulo se presentan las pautas legales afines a las empresas de economía solidaria y se analiza la estructura de fomento, supervisión e integración gremial y económica de las empresas solidarias.

En el sexto módulo se desarrollan pautas para la gestión de empresas solidarias, desde los elementos motivacionales para la asociación, las herramientas y fundamentos para la sistematización contable, tributaria y de reporte social, hasta los fundamentos para planear el desarrollo y orientar el fortalecimiento institucional a través de la educación.



Módulo 1.

Antecedentes históricos de la cooperación y fundamentos doctrinales

“La solidaridad no es, como la libertad, la igualdad e incluso la fraternidad, una palabra o un ideal puro: es un hecho, uno de los hechos mejor establecidos por la ciencia y por la historia, es el descubrimiento más importante de nuestro tiempo”

Charles Gide.

Presentación

La economía solidaria sienta sus raíces en la coordinación cooperativa entre personas. De esta manera, el hilo conductor de las relaciones económicas de la economía solidaria es la cooperación, y el hilo conductor de las relaciones sociales es la confianza. Estos dos elementos constituyen los fundamentos de una vivencia humana fundada en valores y principios de indispensable análisis y práctica por parte de los cooperadores.

Objetivo

Dotar al estudiante de los fundamentos conceptuales asociados a la cooperación, sus inicios y los ámbitos de aplicación doctrinal.

Diagnóstico de entrada

Las siguientes son pautas para la reflexión antes de abordar la lectura del módulo:

- ¿Puede convivir una sociedad sin cooperación?
- ¿Es la confianza un hilo conductor en las relaciones sociales?
- ¿Es la cooperación un acto consciente o inconsciente?
- ¿De qué depende la participación de una persona en un grupo de cooperación?

ORÍGENES Y DEFINICIÓN DE LA COOPERACIÓN

La cooperación se define como el comportamiento coordinado entre personas, sean estas conscientes o no de su realización. Sus orígenes se remontan a la prehistoria y se desarrolla, desde entonces, en todas las actividades que realiza el hombre.

En los primeros asentamientos humanos la cooperación nace como un instinto social de supervivencia y se va diversificando en varios frentes y bajo formas cada vez más especializadas. Surge la organización de la cooperación bajo la ayuda mutua y se expande hacia la cooperación mutua para la previsión de calamidades, pero también para la planeación en el ahorro, la producción y el intercambio. Posteriormente, se expande como modo de producción hacia la constitución de empresas, hasta diversificar sus nexos con el sector privado capitalista y el sector público en busca de relaciones colaborativas de mutuo beneficio.

Por ejemplo en Egipto, 2230 años a.C., los artesanos se asociaron para regular las actividades en busca de amparar los intereses comunes. En Fenicia -1500 a.C.-, los navegantes establecieron fondos de auxilio y seguros de viaje para sus mercancías. En China -2000 a.C.-, se desarrollaron asociaciones de ahorro y crédito. En Babilonia -550 a.C.-, asociaciones para intercambio y comercialización de productos agrícolas. En Grecia -300 a.C.-, fondos de ayuda mutua para el culto de los muertos, seguros de artesanos. En Roma, fraternidades de artesanos, en Persia asociaciones de agricultores, En Caúcaso, asociaciones de explotación lechera (Pineda & otros, 1998, 7)¹...y en América, nuestros pueblos tenían (y tienen) como base de organización la ayuda mutua como contraprestación de servicios y el servicio comunal por contribución voluntaria como forma de trabajo. Términos como minga, mano prestada, mita, cayapa y mano vuelta aún palpitan en comunidades Aymaras, Quechuas, Araucanos, Guambianos, Zapotecas y Guajiras en toda Latinoamérica.

Ahora, si bien la cooperación puede ser espontánea e incluso surgir sin esperar nada a cambio, la coordinación cooperativa requiere la implícita satisfacción de necesidades. Estas necesidades pueden ser comunes o no; configurándose los siguientes tipos de cooperación: cooperación simple y compleja, cooperación abierta y cerrada, cooperación horizontal y vertical.

La cooperación simple se establece cuando varias personas se ayudan mutuamente en la misma ocupación. La compleja cuando existe ayuda mutua pero partiendo de ocupaciones distintas (Ramírez, 1989, 27). La cooperación abierta se establece cuando varios sujetos económicos establecen acuerdos formales e informales para realizar una acción pero manteniendo la independencia individual. La cerrada se establece cuando los sujetos económicos cooperan en busca de un objetivo común dentro de un mismo ámbito productivo. La cooperación vertical se establece entre diferentes niveles o jerarquías dentro de una organización. La cooperación horizontal se establece en un mismo nivel dentro de una organización.

¹ En adelante la citación textual refiere al apellido del autor, el año de publicación y el número de página de donde se extrae la cita. En el caso de que la cita no sea textual, se remite al apellido del autor y el año de publicación de la obra. En la bibliografía se precisan apellidos, año de publicación, nombre completo de la publicación, editorial y ciudad de publicación.

LA ORGANIZACIÓN COOPERATIVA Y LAS FORMAS ORGANIZACIONALES

En organizaciones solidarias la cooperación debe ser consciente y se deben establecer objetivos comunes para procurar su satisfacción mediante actividades mancomunadas.

A esta forma de cooperación se denomina cooperación cooperativa e implica, además de lo anterior, la asociación de personas en organizaciones. Las organizaciones pueden ser de hecho o de derecho. Son de hecho cuando se establecen acuerdos, pactos y convenios de forma verbal para la realización de acciones de cooperación. En las organizaciones de derecho, estas reglas de acción se formalizan ante una autoridad competente.

En la práctica la mayoría de organizaciones surgen de acuerdos y pactos de hecho que con el tiempo se legalizan y se les dota de expresión legal, es el caso de las Natilleras en Antioquia como organizaciones donde se acuerdan cuotas de ahorro entre una serie de personas quien conscientemente de su actividad de cooperación establecen unas reglas de juego para la repartición de sus aportes y en el tiempo, se constituyen en Fondos de Empleados.

Otros ejemplos de organizaciones de hecho son las tiendas comunitarias, los convites, las asociaciones de compras barriales, las organizaciones familiares e incluso las cadenas de amigos (en Bogotá). Todas estas organizaciones son susceptibles de derivar en cooperativas de producción, de comercialización, de ahorro y crédito, en asociaciones mutuales, fondos de empleados u otras formas organizacionales propias de la economía solidaria e incluso pueden derivar en sociedades anónimas, limitadas u otro tipo de empresas legalmente constituidas susceptibles de llegar a conformarse en redes.

12

Fue el caso de la sociedad de los “Rochdale Society of Equitable Pioneers” una organización cooperante conformada por tejedores de la ciudad de Rochdale –Inglaterra- quienes en 1843 iniciaron, con el apoyo de destacados promotores sociales, una organización de consumo que formalizaron el 21 de diciembre 1844 bajo la figura de cooperativa. Los probos pioneros de Rochdale, tenían el objetivo de mejorar las condiciones domésticas y sociales de sus miembros por medio del ahorro de un capital dividido en acciones de una libra inglesa. Con tan sólo 28 asociados se logró abrir, el mismo día de su legalización un almacén para la venta de aprovisionamientos.

A fines de 1845, la sociedad contaba con ochenta socios y seis veces la suma de dinero aportada inicialmente; veinte años después la sociedad contaba con más de cinco mil asociados y su capital había aumentado a más de setenta y ocho mil libras con ventas anuales de casi doscientas mil libras. Hoy, 163 años después, el legado de los Pioneros de Rochdale se puede sintetizar en la incorporación de un quehacer profundamente humano dentro de la actividad económica orientada por principios y valores afines a la solidaridad.



Rochdale Society of Equitable Pioneers



Miembros fundadores Rochdale Society of Equitable Pioneers

LA IDENTIDAD COOPERATIVA

Si bien Rochdale fue una organización con fuerte potencial de capital humano, ¿cómo es posible que hayan logrado crecer con capitales de inversión tan bajos?

En honor a la verdad, no fue fácil para los Pioneros de Rochdale sobreponerse a las exigencias de una economía capitalista en pleno desarrollo industrial donde el monto de inversión determinaba la capacidad productiva de las empresas. Sin embargo, Rochdale no sólo contaba con un comprometido grupo humano, sino también con un estricto orden administrativo que por sí mismo generaba pautas para el crecimiento empresarial. A este orden administrativo lo llamaron principios y eran en la práctica una serie de parámetros prácticos de valores solidarios. Los principios de Rochdale fueron: adhesión libre, control democrático, devolución sobre las compras, interés limitado al capital, neutralidad política y religiosa, ventas al contado y fomento de la enseñanza.

Estos principios provenían de una amplia tradición intelectual que tuvo origen en una serie de pensadores sociales denominados utopistas (ver cuadro 1). Entre los más destacados encontramos a Platón quien en el siglo IV a.C. publicó el escrito *La República* donde, a grandes rasgos, proponía un Estado ideal promotor de la felicidad; en su diálogo expresaba: “teniendo cada cual por máxima la de que el interés ajeno no es diferente al suyo, tenderán todos hacia el mismo fin con todo su poder, y experimentarán una alegría y un dolor común a todos ellos” (Arango, 2005, 26).

En la misma línea, surgieron una serie de autores a partir del siglo XVI identificados con el socialismo y profundamente críticos con el sistema social engendrado en el sistema capitalista. Entre los más destacados figura Tomás Moro quien en su libro *La Utopía* planteaba, a través de diálogos imaginarios con un marinero, la existencia de una isla en la cual no existía ni miserias, ni injusticias y se vivía bajo un régimen comunista. Otros autores continuaron el estilo de Moro como Tomás Campanella y Francis Bacon en la que a grandes rasgos se pronuncian por una sociedad más igualitaria, participativa y democrática como condición de realización individual.

Estos preceptos fueron acogidos por una serie de autores que contribuyeron a edificar las bases doctrinales de la economía solidaria (ver cuadro 1). Entre ellos se destacan Robert Owen, Charles Fourier y Charles Gide. A estos autores, la literatura solidaria les conoce como los precursores y a grosso modo concibieron la idea de asociación basados en la armonía, proyectaron la cooperación en el trabajo y no en el capital, plantearon la autoayuda como principio organizador de la vida económica descartando las acciones de carácter filantrópico o de índole público, plantearon la idea de la eliminación del beneficio comercial y promovieron la conformación de una economía colectiva basada en el interés general y ligada a la economía solidaria por medio de la integración (Pineda & otros, 1998, 23).

Cuadro 1. Promotores del cooperativismo: utopistas a precursores

Período	Promotor	Acción y propuestas
427-347 a.C.	Platón	En su libro “ <i>La República</i> ”, propuso un Estado Comunista como sociedad ideal.
1478-1535	Tomás Moro	En su libro “ <i>La Utopía</i> ”, imaginó la producción común para satisfacer necesidades bajo un régimen comunista, sin miseria y sin injusticia.
1561-1626	Francis Bacon	En su libro “ <i>El país Nueva Atlántida</i> ”, imaginó un país socialmente justo dirigido por medio de un centro de conocimientos para hacer feliz a la población denominado la Casa de Salomón.

1568-1639	Tomas Campanella	En su libro "La isla ciudad del sol", imaginó una isla donde existía la ausencia de propiedad privada y la obligatoriedad de trabajo bajo un profundo proceso participativo en la dirección democrática y guiada por un sacerdote y tres jefes: poder, sabiduría y amor.
¿-1659-?	Peter Plockboy	Precursor en EEUU de las cooperativas. En su libro "Ensayo sobre el procedimiento para hacer felices a los pobres de esta nación y de los otros pueblos", propuso la constitución privada de asociaciones de productores.
1654-1725	Jhon Bellers	En su libro "Proposiciones para la creación de una asociación de trabajo de todas las industrias útiles y de la agricultura" propuso los principios mínimos de la identidad cooperativa: ayuda propia, asociaciones libres, articulación económica, estructura democrática y supresión de la intermediación.
1771-1858	Robert Owen	Propuso la supresión de la competencia, la distribución proporcional de intereses y que el trabajo se organizara mediante comunidades autónomas integrales. Sus discípulos fueron pioneros de Rochadle.
1772-1837	Charles Fourier	Propuso la búsqueda del bienestar mediante formas de convivencia donde el trabajo fuese planeado y distribuido equitativamente. Consideró la necesidad de implementar el salario mínimo y el derecho al trabajo.
1786-1865	William King	Promotor de las cooperativas de consumo obreras. Propuso el trabajo como medida de valor y la neutralidad política y religiosa. Sus discípulos fueron pioneros de Rochdale.
1796-1865	Phillipe Buchez	Promotor del trabajo asociado basado en la independencia frente a los empresarios y el Estado. Abogó por la creación de cajas sociales con fondos inalienables e indivisibles
1847-1932	Louis Blanc	...precursor de las cooperativas obreras de producción bajo los principios de autonomía frente al Estado, la dirección propia y la inversión constante.
1808-1883	Herman Schultze-Delitzsch	Realizador de las primeras cajas de socorros y crédito para casos de enfermedad y muerte apoyados en bases filantrópicas y cooperativas.
1818-1888	Friedrich Raiffeisen	Realizador del cooperativismo de ahorro y crédito en el ámbito rural, promovió las cooperativas de provisión de insumos. Sus seguidores fundaron las primeras cooperativas de ahorro y crédito en América.
1847-1932	Charles Gide	Economista creador de la escuela de Nimes. Fue promotor de la solidaridad y la soberanía del consumidor. Sistematiza los principios cooperativos y propone la adopción de una bandera para el sector.

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - Cootradian

En Colombia, desde tiempos remotos nuestras culturas precolombinas practicaban y ejercían la solidaridad en su organización social. Expresiones como minga (organización de trabajo colectivo para la construcción y las actividades agrícolas), convite (ayuda por parte de los miembros de una comunidad para el beneficio de un miembro del grupo), mano prestada o ayni (ayuda mutua entre dos o más agricultores para la siembra y recolección de cosechas), faena (aportación de jornadas voluntarias de trabajo para la comunidad), pasanacu (fondo comunitario para atender calamidades familiares) (Dansocial, 2001).



Los inicios institucionales del cooperativismo se remontan a los primeros años del siglo XX. Fueron precursores del cooperativismo el General Rafael Uribe Uribe, quien en 1904 difundiera el ideal cooperativo como motor de una sociedad democrática y el sacerdote Adán Puerto, quien difundió, luego de conocer los modelos desarrollados en Europa, el pensamiento cooperativo y propuso la unión entre iniciativas sindicales y las iniciativas cooperativas como elementos generadores de desarrollo.

Posteriormente, en 1930 se promueve el estudio de una Ley para el cooperativismo impulsado por economistas como Esteban Jaramillo, y políticos como Mariano Ospina Pérez. Finalmente, en 1931 bajo la redacción de Juan María Agudelo y bajo la asesoría de los abogados Jorge Eliécer Gaitán y Francisco Luis Jiménez se promulga la Ley 134 de 1931 sobre sociedades cooperativas. Dos años después se legalizaron las primeras cooperativas:

- Cooperativa de empleados de Bogotá
- Cooperativa de buses de Santafé
- Cooperativa Cundinamarquesa de miel y panela
- Cooperativa de empleados de la fábrica de cementos Diamante.



**Los
Pioneros**

En el cuadro 2, se resume la evolución del cooperativismo y las prácticas de la solidaridad, desde los primeros asentamientos humanos hasta el presente.

Cuadro 2. Evolución del cooperativismo colombiano

PERÍODO	PRÁCTICAS	PIONEROS	IMPULSORES
Antes de 1492	Trabajo colectivo y propiedad colectiva de la tierra (Mingas, Convite, Mano Prestada, Faena, Pasanacu)	Comunidades indígenas (Tairona, Muiscas...)	Autoridades religiosas y políticas de las distintas comunidades.
1492-1930	Ayuda mutua a través de sociedades de auxilio y organizaciones de artesanos	Comunidades eclesiásticas, artesanos	Misioneros religiosos y dirigentes políticos.
1931-1960	Creación y formalización de las primeras cooperativas. Promulgación de Ley y Decretos sobre sociedades cooperativas.	Cooperativa de empleados de Bogotá, de la fábrica de cementos Diamante, de buses de Santafé, cooperativa Cundinamarquesa de miel y panela. Fondo de empleados del Banco de la República.	Iglesia Católica, Líderes Sindicales, Políticos y representantes del Gobierno.

1960-1995	Consolidación y expansión del sector cooperativo	Uconal, Ascoop, Coopdesarrollo, Coopcentral, Financiacoop, Confecoop ² .	Iglesia Católica, Cooperativistas, Sindicatos
1996-2006	Reestructuración y ampliación organizacional (promulgación de nueva Ley que amplía la noción de cooperativismo a economía solidaria)	Cones, Fogacoop, organizaciones solidarias nacientes.	Gobierno y organizaciones cooperativas.

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria a partir de Fajardo (2003, 4).

Como se apunta en el cuadro, en la actualidad las formas de cooperación cooperativa abarcan un amplio universo organizacional definido sectorialmente bajo la noción de economía solidaria y al igual, que las empresas cooperativas, están regidas por principios y valores propios.

Según la Ley 454 de 1998³, se denomina economía solidaria al sistema socioeconómico, cultural y ambiental conformado por el conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía.

Son empresas de la economía solidaria: cooperativas, organismos de segundo y tercer grado que agrupen cooperativas u otras formas asociativas y solidarias de propiedad, instituciones auxiliares de la Economía solidaria, empresas comunitarias, empresas solidarias de salud, precooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutualistas, empresas de servicios en las formas de administraciones públicas cooperativas, empresas asociativas de trabajo y todas aquellas formas asociativas solidarias en las cuales los trabajadores o los usuarios según el caso, son simultáneamente sus aportantes y gestores, creadas con el objeto de producir, distribuir y consumir conjunta y eficientemente, bienes y servicios para satisfacer las necesidades de sus miembros y al desarrollo de obras de servicio a la comunidad en general.

Esta amalgama de formas organizacionales se estructuran bajo la noción de sector de economía solidaria para referirse a formas y fines de producción sustancialmente distintos a las capitalistas mercantiles y las del sector público.

Los fines de la economía solidaria son: Promover el desarrollo integral del ser humano, generar prácticas que consoliden una corriente vivencial de pensamiento solidario, crítico, creativo y emprendedor como medio para alcanzar el desarrollo y la paz de los pueblos, contribuir al ejercicio y perfeccionamiento de la democracia participativa y garantizar a sus miembros el acceso a la formación, el trabajo, la propiedad, la información, la gestión, proyección, planeación y distribución equitativa de beneficios sin discriminación alguna.

Formalmente los valores son bases filosóficas que justifican y orientan el funcionamiento de las empresas solidarias y los principios son pautas mediante las cuales las empresas ponen en práctica sus valores. Los valores de la economía solidaria son: la autoayuda y autorresponsabilidad, la democracia y la participación, la igualdad, equidad, solidaridad, honestidad, transparencia, vocación y responsabilidad social y el cuidado por los demás.

² Estas organizaciones serán objeto de mención en el módulo 5 en el apartado sobre organismos de apoyo e integración del sector solidario. Al igual ocurre con las organizaciones mencionadas en el período 1996-2006.

³ Marco jurídico de la economía solidaria.

Los siguientes son principios de la economía solidaria:

1. El trabajo y los mecanismos de cooperación tienen primacía sobre los medios de producción.
2. Administración democrática, participativa, autogestionaria y emprendedora.
3. Adhesión voluntaria, responsable y abierta.
4. Propiedad asociativa y solidaria sobre los medios de producción.
5. Participación económica de los asociados, en justicia y equidad.
6. Formación e información para sus miembros, de manera permanente, oportuna y progresiva.
7. Autonomía, autodeterminación y autogobierno.
8. Servicio a la comunidad y promoción de la sostenibilidad ambiental, social y económica.
9. Integración con otras organizaciones del mismo sector.

LA VENTAJA COOPERATIVA

La literatura solidaria reconoce en los principios cooperativos la llave maestra para la diferenciación competitiva –una diferenciación cooperativa generadora de ventajas competitivas se denomina cooepetencia-. La aplicación de estos en la gestión, produce mayor efectividad para responder a las fallas del mercado y las crisis del Estado, genera mayor confianza en los mercados e incentiva en sus asociados una cultura de la responsabilización y participación que les da validez social y generan capital social.

Veamos brevemente por qué.

En las organizaciones donde el trabajo y la cooperación tienen prioridad sobre los medios de producción y existe propiedad asociativa y solidaria sobre los medios de producción, existe una tendencia a eliminar los efectos de explotación laboral surgidos de la relación capital-riesgo, lo que deriva en mayores índices de productividad, participación y lealtad laboral. Adicionalmente, el espíritu de solidaridad, cooperación, participación y ayuda mutua que generan estas empresas contribuye al desarrollo de una cultura organizacional que promueve la integración laboral y la creatividad, elementos esenciales para la diferenciación cooepetitiva.

En empresas con administración democrática, participativa, autogestionaria y emprendedora, todos los grupos de interés conocen con precisión los fines empresariales y destinan sus esfuerzos a conseguir el objeto social, porque de la satisfacción de este depende la satisfacción personal; adicionalmente el espíritu participativo en la gestión fomenta el desarrollo de capacidades para los grupos de interés a la empresas, dado que no existe ningún impedimento para ejercer la gestión.

La adhesión voluntaria, responsable y abierta de asociados implica la correspondencia de un interés personal a un interés colectivo. Sin duda, la adhesión implica una acción mucha más allá de la simple afiliación que garantiza que nuevos asociados representan nuevos aportantes y detrás de estos preceptos se fortalece la noción de economías de escala; es decir, las ganancias por costos de producción unitarios inferiores obtenidos al ampliar la capacidad productiva de una empresa. La adhesión libre implica también la no discriminación a la entrada por motivos de cualquier índole racial, sexual o étnica y promueve la multiculturalidad que sin duda enriquece el saber hacer de las organizaciones.

La participación económica de los asociados de forma justa y equitativa promueve su responsabilidad ante el mejoramiento productivo, promueve el mejoramiento de las capacidades productivas y el progreso técnico y tecnológico como medio para el desarrollo autogestionario. De igual forma, desarrolla la noción de una satisfacción individual de necesidades a través del éxito colectivo.

La formación de manera permanente, oportuna y progresiva empresarial implica no sólo mejores niveles productivos, sino también mejores niveles directivos en el momento idóneo y bajo los parámetros formativos necesarios. Sienta los cimientos del desarrollo empresarial y las ventajas competitivas y propugna por la igualdad de oportunidades para los asociados, lo que representa un importante incentivo para explotar las capacidades individuales con fines colectivos. Por otra parte, la información permanente, oportuna y progresiva genera certidumbre para la toma de decisiones, la planeación y el análisis del entorno; produce confianza y elimina los efectos de las asimetrías de información entre empresas, conduce a la transparencia y facilita la veeduría ciudadana.

La autonomía, autodeterminación y autogobierno, implica la independencia de factores e intereses exógenos a la empresa y su objeto social. Genera espacios para la óptima toma de decisiones y la transparencia organizacional en su responsabilidad social. La autonomía es una consecuencia de adecuados procesos democráticos en la organización.

Las empresas socialmente responsables ven en la comunidad no sólo un grupo de necesaria coexistencia, sino también un aliado para el mejoramiento de la calidad de vida y del bienestar nacional. Lo anterior toma en cuenta que la promoción de la sostenibilidad en el campo económico, social y ambiental forma parte del quehacer solidario.

En las empresas solidarias este principio crea ventajas relacionadas al mejoramiento de la calidad de vida de los asociados en sus respectivas comunidades, genera una imagen social que es compensada con el apoyo a las iniciativas sociales y económicas llevadas a cabo y conduce a crear lazos de comunicación directas con consumidores y productores con el consecuente efecto que tiene en la generación de redes sociales y empresariales de mutuo beneficio. Las empresas que integran a su gestión procesos de integración generan, además de ganancias económicas, procesos de diversificación productiva. Las empresas solidarias además de adherir estos procesos de integración, desarrollan alianzas colaborativas que no requieren la pérdida de independencia organizacional, pero si pueden implicar mejoras en los procesos administrativos. Adicionalmente, estas empresas tienen un nicho de mercado propio que no requiere un mayor esfuerzo para su aprovechamiento, dada la sinergia que produce la identificación con pautas políticas, sociales y culturales comunes.



Módulo 2.

Análisis situacional de la economía solidaria

“Hay, en realidad, todo un continuo de acciones –desde las más absolutamente privadas hasta las más declaradamente públicas, con muchas variedades intermedias e híbridas- que pueden quedar bajo la rúbrica de Adam Smith: todas ellas son concebidas e intentadas por los participantes como medios hacia el fin de mejorar su condición”

Albert Hirschman

Presentación

La economía solidaria no es un concepto ajeno a las expresiones solidarias. En un contexto de apertura de mercados y mundialización de las expresiones culturales, las experiencias solidarias tienden a confluir bajo una causa común: la sostenibilidad, el respeto a la diversidad y el fortalecimiento mutuo como medio para el desarrollo del ser humano en su dimensión social e individual.

Objetivo

Contextualizar las dimensiones de la solidaridad desde un entorno global a lo particular o local.

Diagnóstico de entrada

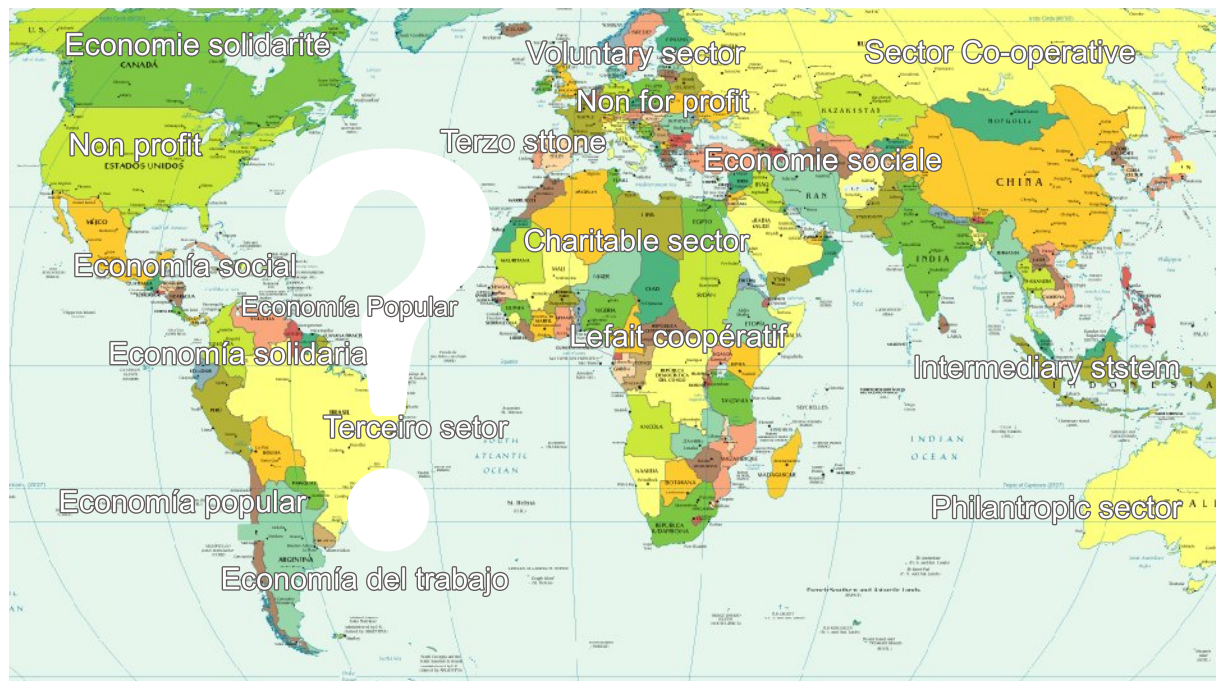
Las siguientes son pautas para la reflexión antes de abordar la lectura del módulo:

- ¿Son iguales las expresiones organizacionales de la solidaridad a nivel mundial?
- ¿Son pautas de un mismo concepto tercer sector, economía social y solidaria?
- ¿Existe identidad en el surgimiento de la economía solidaria en Colombia con el surgimiento de otras nociones sectoriales en el mundo?

CONCEPTOS ASOCIADOS A LA SOLIDARIDAD

No hay consenso entre la comunidad científica internacional acerca de las expresiones organizacionales que constituyen la economía solidaria. Incluso, tampoco hay consenso acerca de la existencia de un sector de economía solidaria. Mientras en algunos países se desarrolla el concepto de economía solidaria; en otros se habla de economía social, popular, informal, del trabajo, tercer sector e incluso sector caritativo, filantrópico y voluntario. De hecho, en muchas ocasiones tampoco existe consenso dentro de la comunidad científica de un mismo país.

Imagen 1. El tercer sector en el mundo



Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - CooRadian

Tal dispersión conceptual se explica en gran parte porque las nociones de sector están aún en construcción. Hasta inicios de los ochenta en el siglo XX se tenía claramente establecida la presencia del cooperativismo a nivel mundial, pero poco se hablaba de otras formas organizacionales como las cajas de ahorro, las sociedades laborales, los fondos de empleados e incluso las antiquísimas mutuales y menos aún se pensaba en que clubes, ONG's, asociaciones de diferente índole y Fundaciones como universidades, hospitales y centros de beneficencia, fueran parte de un sector económico.

Detrás de las dispersiones conceptuales en mención, subyacen también razones de índole administrativas, históricas, sociales, económicas, políticas e ideológicas. Sin embargo, no es objeto de estas notas explorar esta temática, sino más bien encontrar puntos neurálgicos que puedan servir de noción acerca de las formas organizacionales internacionales similares a las presentes en la economía solidaria; lo anterior con el objetivo de brindar al lector una dimensión acerca de la solidaridad y sus hermanos organizacionales a nivel internacional.

Uno de los estudios más esclarecedores sobre la clasificación de las organizaciones solidarias fue publicado por el profesor italiano Benedetto Gui; quien en 1991 planteó como criterio organizador para el tercer sector, segmentar el tipo de organizaciones según su función económica en términos de aportantes y beneficiarios.

Según esta lógica, hay dos grandes bloques de organizaciones del tercer sector: El primero constituido por organizaciones donde los aportantes de capital son los mismos beneficiarios y los segundos donde los aportantes de capital no reciben los beneficios de la actividad de la organización. En el primer caso, Gui hace mención a empresas cooperativas y mutuales y denominó a este bloque organizaciones de interés mutuo. En el segundo caso, Gui hace mención a organizaciones no lucrativas como Fundaciones, ONG's, Corporaciones, asociaciones caritativas, deportivas, culturales, entre otras; y denominó a este bloque organizaciones de interés general.

Es posible organizar, bajo el tercer sector a todas aquellas organizaciones sin fines lucrativos, sean éstas de interés mutuo o de interés general. La economía solidaria vendría a formar parte de un tercer sector con empresas básicamente de interés mutuo como fondos de empleados, cooperativas y asociaciones mutuales entre otras. De igual forma, en el caso de la economía social las empresas confortantes fundamentalmente son cooperativas, mutuales y demás asociaciones de interés mutuo como las sociedades laborales. Sin embargo, en otras latitudes el tercer sector hace referencia casi exclusivamente a empresas de interés general como en el caso de Estados Unidos, Inglaterra y Holanda, entre otros.

En fin, el tercer sector y la economía solidaria son conceptos que se construyen sobre las distintas realidades económicas, sociales, políticas, culturales e ideológicas de cada espacio geográfico.

DIMENSIONES Y MUNDIALIZACIÓN DE LA SOLIDARIDAD

Como ya se ha visto, la solidaridad tiene distintas manifestaciones dependiendo del contexto donde se desarrolla. Sin embargo, como se verá más adelante, sus dimensiones son importantes en términos de generación de empleo, actividades económicas y número de asociados en todo el mundo. Es por esto que, en un contexto de apertura de mercados, la economía solidaria debe volcar sus esfuerzos a la integración y mundialización de la solidaridad, sus expresiones, sus ámbitos de producción y fortalecer sus espacios en la sociedad.

Pese a que no hay parámetros estándar para el cálculo de las dimensiones de la economía solidaria a nivel internacional, existen fuentes de información que constituyen un significativo acercamiento inicial a la determinación del número de asociados y el número de empleos que genera estas empresas en diferentes países del mundo.

La primera fuente de información proviene de la Alianza Cooperativa Internacional, ACI, que identifica para las cooperativas, a nivel mundial, una adhesión de más de 800 millones de asociados proporcionando alrededor de 100 millones de empleos directos. Sus actividades abarcan una amplia gama de funciones, desde la tecnología hasta la salud y desde la agricultura hasta las finanzas. En América hay cerca de 100 millones de asociados y los países con mayor cuota de membresía son India y China con 239 y 180 millones de asociados respectivamente (ACI, 2005).

La segunda fuente de información proviene del Centro Internacional de Documentación, Información e Investigación de la Economía Social, Pública y Cooperativa –Ciriec Internacional⁴– quien identifica que la economía social en la Unión Europea genera cerca de 8 millones de empleos directos y muestra que en países como España, Finlandia y Suecia hay un claro predominio de formas cooperativas sobre el resto de formas asociativas, y en países como Holanda, Inglaterra y Dinamarca muestra un predominio mayor hacia las formas asociativas de interés general. En países como Francia, Alemania e Italia la relación entre empresas

⁴ Centro Interdisciplinario de Investigaciones de la Economía Social, Pública y Cooperativa.

cooperativas y asociaciones de interés general tiende a ser más equilibrada. En términos absolutos los países con mayor número de empleo generado por cooperativas son Italia, Alemania y España con 479.738, 448.074 y 403.233 personas respectivamente. Los países con mayor número de empleo generado por asociaciones de interés general son Inglaterra, Alemania y Francia con 1.473.000, 1.281.227 y 830.000 personas respectivamente (Ciriec, 2000).

La tercera fuente de información proviene del Center for Civil Society Studies de la Universidad Johns Hopkins⁵ quien ha adelantado un estudio con el fin de dimensionar el tercer sector a nivel internacional, que incluye a organizaciones de interés general, pero excluye en buena medida a las entidades de interés mutuo como cooperativas, asociaciones mutuales y fondos de empleados. En su estudio hallaron que las organizaciones de interés general generan para 22 países de la muestra, aproximadamente 19 millones de empleos directos. Entre los países que más generan empleo asociativo, con respecto al tamaño de su mercado laboral, están Holanda –con 18.7%–, Irlanda -14.2%–, Bélgica -13%–, Estados Unidos-11.9%– e Israel -11%– y muestran como los países con mayores índices de desarrollo muestran mayor propensión a tener una fuerte presencia asociativa. En el caso de países con menor grado de desarrollo, el empleo asociativo, con respecto al tamaño de su mercado laboral, es sustancialmente menor; es el caso de México -0.7%–, Eslovaquia -1.2%– y Rumania -1.3%–. Para Colombia el estudio determinó un empleo asociativo correspondiente al 3.1% del total del empleo.

DIMENSIONES DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN COLOMBIA

En términos de tamaño, al cierre del año 2006 el universo de empresas solidarias en Colombia fue de 8.970 entidades, de las cuales 6.877 son cooperativas, 1.866 son fondos de empleados y 227 son asociaciones mutuales. Generan en su conjunto, 126.000 empleos y asocian a 4.506.000 personas.

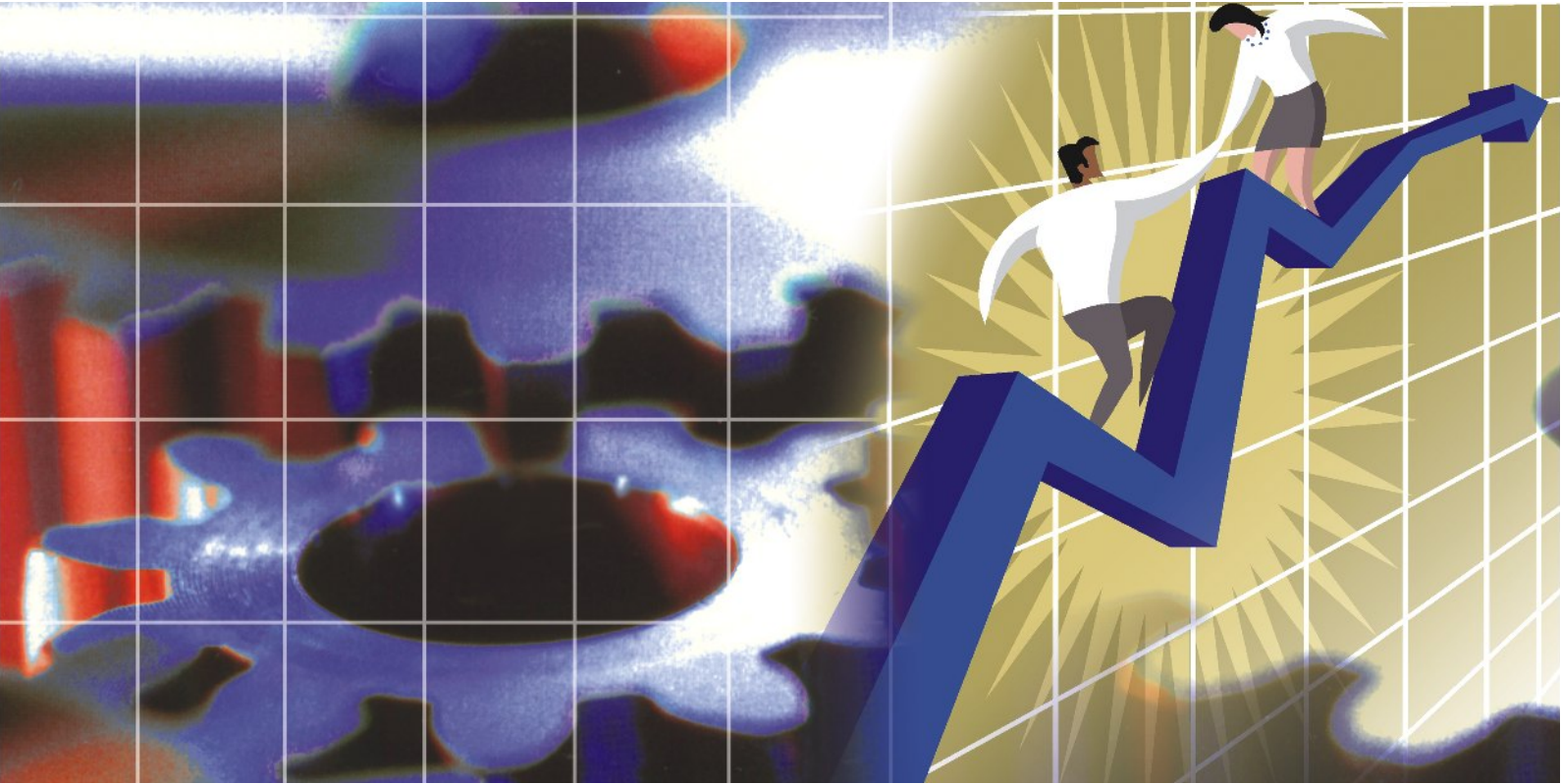
De la totalidad de las empresas de la economía solidaria, el 76% son cooperativas, el 22% fondos de empleados y el 2% asociaciones mutuales. En cuanto al número de asociados, el 80% pertenece a las cooperativas, el 16% a los fondos de empleados y el 4% a las asociaciones mutuales.

De otra parte, el 92% de los empleados son de cooperativas, el 6% son de fondos de empleados y el 2% de asociaciones mutuales.

En un horizonte de dos años -2005-2006-, las principales variables del sector se han incrementado alrededor del 10% (activos, excedentes, patrimonio, número de entidades, asociados, empleados); mientras que en el horizonte 2000-2004 el número de entidades se ha incrementado en más de 140,46%; el número de asociados en un 68,65% y el número de empleados en un 313,97%, el patrimonio se ha acrecentado en un 506,4% y los excedentes en un 70,8%.

⁵ Ubicada en Baltimore (Maryland), Estados Unidos / www.jhu.edu

⁶ Según reportes preliminares de Confecoop (Informe de gestión 2007)



Módulo 3.

Análisis organizacional de empresas solidarias

"Hace cuarenta años nadie hablaba de organizaciones sin fines de lucro, ni de un sector sin fines de lucro. Los hospitales se consideraban a sí mismos como hospitales; las iglesias, iglesias...y así sucesivamente...Ahora empezamos a comprender qué es ese algo. No es su carácter de no lucrativas...ni su naturaleza no gubernamental; es que hacen algo muy diferente de las funciones que cumplen las empresas comerciales o el gobierno".

Peter Drucker.

Presentación

La economía solidaria atiende a unos principios específicos; aplicados en la gestión empresarial, dan como resultante unas especificidades inherentes a cada organización de la economía solidaria y configuran su estructura organizacional y unos ámbitos de Ley particulares a fin de maximizar su función objetivo.

Objetivo

Identificar los procesos básicos de organización y funcionamiento de las empresas de la economía solidaria y en especial, de los fondos de empleados.

Diagnóstico de entrada

Las siguientes son pautas para la reflexión antes de abordar la lectura del módulo:

- Si bien existe un sector solidario, sus empresas no se comportan necesariamente igual. ¿Dónde encuentran espacios de actuación propios, las organizaciones solidarias?
- ¿Son las cooperativas organizaciones particulares?
- ¿Qué debe fomentar la estructura de una organización solidaria?

CARACTERÍSTICAS AFINES EN LAS EMPRESAS DE ECONOMÍA SOLIDARIA

Las empresas de la economía solidaria mantienen las siguientes características afines:

- ▶ Son empresas que deben estar legalmente constituidas.
- ▶ Ejercen una actividad económica.
- ▶ Parten de una asociación.
- ▶ Buscan el bienestar de sus asociados y la comunidad en general.
- ▶ Atienden a unos valores que fomentan la autoayuda, la responsabilidad propia, la igualdad y equidad, la solidaridad, la honestidad, transparencia y la vocación social.
- ▶ Utilizan sus ingresos como medio para procurar unas actividades sociales y no como fin mismo de su actividad económica.
- ▶ Mantienen irrepartibilidad de las reservas sociales y los excedentes vienen dados en función de prestación de servicios, reservas, fondos y aportes.
- ▶ En todas las empresas se presenta un principio de identidad entre asociados y trabajadores, asociados y consumidores o ambas. En términos de Ley, los trabajadores o los usuarios según el caso, son simultáneamente los aportantes y gestores de la empresa.

Sin duda, cuando hacemos referencia a la economía solidaria nos referimos explícitamente a empresas de interés mutuo como lo definió Gui (1991), y como se expresa en Ley, legalmente constituidas. En este sentido, se excluye de la economía solidaria aquellas actividades asociativas que no realicen una actividad económica realizada bajo una estructura empresarial legalmente constituida. Así mismo, todas las empresas de economía solidaria parten de la doble condición asociación-empresa para procurar, por medio de la actividad económica, una función de bienestar social a sus miembros; en este sentido, el lucro no se excluye de la actividad económica pero sí de la intencionalidad de maximizar su cuantía en la repartición. Otra característica afín a todas las empresas solidarias es su adhesión voluntaria a valores que fomentan prácticas empresariales fundadas en el respeto y exaltación máxima del ser humano como sujeto y fin de la actividad económica.

Finalmente, todas las empresas de la economía solidaria mantienen, de una forma u otra, la característica que los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente sus aportantes y gestores. A esta característica se le denomina en la literatura solidaria, principio de identidad.

El principio de identidad es la coincidencia de intereses entre dos o más agentes de interés dentro de una empresa.

El principio de identidad, genera que intencionalmente los asociados como propietarios y los asociados como proveedores, usuarios o trabajadores de la empresa, alineen sus intereses y necesidades cooperativamente. De lo anterior surgen equilibrios en los precios en los cuales se evidencia el óptimo aprovechamiento para cada productor, consumidor, proveedor y/o trabajador.

En otras palabras, el principio de identidad establece que en las empresas solidarias sus miembros (como propietarios), pueden ejercer actividades de trabajadores, de distribuidores o de consumidores para satisfacer intereses comunes.

Por ejemplo, en las cooperativas de consumo los asociados, realizan aportaciones económicas en búsqueda de la prestación de un servicio, como medio para satisfacer una necesidad previamente determinada. Su

labor como asociado implica dos grandes dimensiones: la participación en la toma de decisiones (como propietario) y la participación en la capitalización de la empresa por medio de cuotas (como inversor); por otra parte, su labor como consumidor implica la utilización de los servicios como medio de satisfacción de necesidades individuales y como medio de fortalecimiento institucional para la consecuente satisfacción de necesidades colectivas.

En este sentido, el asociado y el consumidor son partes del mismo engranaje para una satisfacción de necesidades mutuas. Si el asociado olvidara su condición de consumidor, seguramente pensaría en establecer unos precios mayores a los del punto de equilibrio de la empresa, a fin de maximizar su ingreso como propietario; no obstante en las cooperativas de consumo, tal conducta no sólo es reprochable sino que también resulta irracional, ya que se estaría afectando así mismo como consumidor.

En conclusión, el principio de identidad marca las pautas de un equilibrio entre los deseos de los propietarios y los deseos de los consumidores tendiendo así a mejores condiciones para cada una de las partes.

Una vez analizadas las características afines de las empresas solidarias, es posible entender cuáles son los elementos de sinergia que existen entre las empresas solidarias para procurar su integración.

LA ESPECIFICIDAD COOPERATIVA

"La especificidad cooperativa puede ser entendida como el conjunto de atributos o rasgos propios que las diferencian de otras organizaciones y permiten tipificarlas de manera similar en cualquier país"
Oscar Bastidas

Existen lógicas específicas para cada empresa de la economía solidaria, sean estas cooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutuales u otras. A continuación se desarrollan los rasgos propios inherentes a las principales empresas de la economía solidaria por apartado.

Cooperativas

Según la Asociación Cooperativa Internacional, una cooperativa se define como:

Una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.

De forma que en las cooperativas se combina la condición organizacional asociativa con el hecho político de la constitución de una empresa.

La cooperativa es, en definitiva, una organización de ámbito local, constituida bajo una ética compartida basada en valores y principios que configuran una responsabilidad social no sólo ante sus asociados, sino ante sus colaboradores, proveedores y en general ante la sociedad.

También es la cooperativa, una empresa sin ánimo de lucro con una forma de organización participativa y autogestionaria, que mediante estrategias empresariales basadas en la cooperación entre empresas, dinamizan el intercambio económico bajo la noción de cooepetencia.

Veamos brevemente por qué⁷:

Como organización local, las cooperativas sirven a sus asociados y a su colectividad. Ellos inmersos en un territorio definido, operan solidariamente con fines de desarrollo común, un desarrollo con espacio en lo local. De esta manera, el espacio cooperativo se define desde lo local con una doble dimensión: la social establecida por la asociación y la económica por la empresa. Es así, como la cooperativa contribuye en el aporte de soluciones a los problemas de sus asociados que habitan en lo local.

Las cooperativas se constituyen bajo una ética compartida basada en valores y principios, cifrados como hilos conductores de la acción social y económica, e identifica, da unidad e integridad a los asociados y a las organizaciones que realizan el hecho cooperativo.

El hecho y las realizaciones cooperativas, configuran no sólo una identidad propia, sino además establece pautas claras para definir la responsabilidad individual hasta la corresponsabilidad colectiva de la organización con los distintos grupos de interés de la organización.

Las cooperativas son empresas legalmente constituidas. Lo anterior implica la realización de una actividad económica por medio de una institución social estructurada para tal fin. El fin y la motivación que guía las acciones empresariales no es la maximización de utilidades, como lo es para las empresas privadas capitalistas; sin embargo, representa un medio para la sostenibilidad institucional y para la consecución de algunos objetivos sociales en el mercado. Pero ante todo, debe ser claro que la condición sin ánimo de lucro es una característica intrínseca a este tipo de empresas y gracias a ella es posible que los resultados, consecuencia de la actividad económica (excedentes), no sean destinados a remunerar el capital sino a promover la equidad económica y el cumplimiento del objeto social.

Las cooperativas poseen estructuras organizacionales participativas que brindan espacios para la autocrítica, la autogestión⁸ y donde el poder y la toma de decisiones son efectuados y realizados por representaciones participativas de todos los asociados, cuando no directamente por ellos.

Las cooperativas, en su accionar empresarial desarrollan estrategias empresariales de cooperación económica con otras empresas tratando de minimizar costos, maximizar cobertura de servicios y trabajo para sus asociados, fortalecer en relaciones gana-gana⁹ la estructura económica de las empresas solidarias y atender colectivamente los problemas comunes de la economía solidaria, generar economías de escala, reducir costos de transacción y ampliar las capacidades de los asociados para generar capital social¹⁰, sinergias y empoderamiento local¹¹.

Por otra parte, como se vio en el apartado sobre características afines de las empresas solidarias, una característica inherente a la empresa cooperativa, que marca su especificidad, es el principio de identidad.

En la práctica la identidad entre propietarios, trabajadores, distribuidores y consumidores viene dada por el tipo de empresa cooperativa que se forma.

⁷ Basado en Óscar Bastidas: Especificidad cooperativa canadiense (Bastidas, 2006).

⁸ Entendiendo como autogestión el sistema de organización de una empresa según el cual los trabajadores participan en todas las decisiones. Lo anterior implica estructuras organizacionales horizontales y circulares, en término de la corresponsabilidad y participación de los asociados en el cumplimiento de sus deberes y derechos, en la toma de decisiones y en el desarrollo descentralizado de la empresa.

⁹ Sea realizando acuerdos, alianzas estratégicas, redes organizacionales e incluso fusión en algunas actividades.

¹⁰ Entendido como las capacidades de personas y grupos para generar mediante la asociación, la confianza y las alianzas en redes, condiciones para el desarrollo humano.

¹¹ Entendido como la representación, el acceso y el control que se obtiene en la sociedad, por medio de la alineación de las expectativas empresariales a las expectativas sociales.

Existen cuatro tipos de cooperativa según su objeto económico:

- Cooperativas de Consumo
- Cooperativas de Producción
- Cooperativas de Distribución
- Cooperativas Mixtas

En todas estas cooperativas se sienta como característica que sus miembros son también sus propietarios. No obstante, estos propietarios pueden ejercer actividades de trabajadores, de distribuidores o de consumidores.

- **Cooperativas de Consumo:** en este tipo de cooperativas, los consumidores son los mismos propietarios de la empresa, por tanto se elimina el interés del propietario de obtener un máximo beneficio a costa del consumidor y se elimina el interés del consumidor de obtener máximos beneficios a costa de pagar lo mínimo por los productos que consume.

Forman parte de este grupo la mayoría de las cooperativas colombianas en donde los asociados forman una empresa para satisfacer alguna necesidad no provista por el mercado o provista a precios inaccesibles. Es el caso de las cooperativas de ahorro y crédito, de seguros, de vivienda, de consumo, de educación y todas aquellas donde los propietarios sean los mismos consumidores.

En estas cooperativas, la prestación de los servicios tiende a ser más eficiente. El objetivo de los asociados (propietarios) es autogenerar la dotación de unos bienes o servicios de óptima calidad a un precio solidario y accesible a sus miembros.

34

Se generan al interior de estas organizaciones, incentivos para la innovación que no se generan en ningún otro tipo de empresas. Los consumidores suelen establecer mecanismos de autocritica que favorecen el desarrollo de la empresa y brindan información de primera mano sobre las demandas y la forma de atenderlas más idóneas para una mejor prestación del servicio.

- **Cooperativas de Producción:** en este tipo de cooperativas, los trabajadores son los mismos propietarios de la empresa, por tanto se elimina el interés del propietario de obtener un máximo beneficio a costa de minimizar el precio de retribución a sus trabajadores y se elimina el interés del trabajador de obtener máximos ingresos con un mínimo esfuerzo.

Forman parte de este grupo las cooperativas de trabajo asociado, las cooperativas agropecuarias y todo tipo de organización donde los propietarios sean los mismos trabajadores, como cooperativas de prestación de servicios de educación, transporte, salud, entre otras. En estas cooperativas la producción tiende a hacerse más eficiente. Los trabajadores tienen incentivos para producir más porque sus ingresos se verán aumentados por dos fuentes: recibirán más salarios y recibirán más beneficios como productores.

- **Cooperativas de Distribución:** en este tipo de cooperativas los distribuidores son los mismos propietarios de la empresa, por tanto se elimina el interés del propietario de obtener un máximo beneficio a costa de maximizar el precio de venta de sus productos a los distribuidores y se elimina el interés del distribuidor de obtener máximos ingresos retribuyendo al propietario por la venta de sus productos con un mínimo pago.

Forman parte de este grupo aquellas cooperativas donde el patrimonio se obtiene mediante la venta (regularmente por precios por debajo del mercado) de un producto. Es el caso de cooperativas en donde sus propietarios se han asociado con el fin de establecer mecanismos directos de venta al público, disminuir el precio de intermediación entre mayoristas y minoristas y ofrecer "calidad a menor costo".

Ejemplos de este tipo de cooperativa lo constituye aquellas cooperativas cafeteras donde se compra a pequeños y medianos productores el café y se distribuyen directamente a los mercados; también son ejemplo algunas cooperativas que sirven de centro de acopio y otros que distribuyen víveres.

En este tipo de cooperativas se genera:

- Disminución en el precio de venta de los productos apelando al concepto de economías de escala (el distribuidor reduce los costos de distribución de los productos a medida que comercializa una mayor cantidad de ellos).
- Disminución de intermediarios que incide en el precio de venta de los productos, se genera una relación más armónica entre productores y distribuidores que incentivan al productor a mantener una producción más estable y una mayor certidumbre sobre la planificación de su producción,
- Mejor prestación del servicio debido a que el distribuidor puede acceder de forma más directa a la información que se deriva de la demanda de los consumidores y transmitírsela al productor quien establecerá las medidas pertinentes para satisfacer las demandas de sus clientes.

La diferencia entre las cooperativas de producción y las de distribución viene dada en la relación existente entre los propietarios y las actividades que realiza: en las cooperativas de producción el propietario hace el producto; en las de distribución no, el propietario compra el producto ya realizado y luego se encarga de distribuirlo obteniendo por la transacción un ingreso, que se utiliza en el beneficio de un grupo dado. No obstante, es posible que el productor haga el producto y también lo distribuya (es el caso de las cooperativas mixtas).

- **Cooperativas Mixtas:** en este tipo de cooperativas, los trabajadores, consumidores y distribuidores (según sea el caso) son los mismos propietarios de la empresa, por tanto se establecen mecanismos de cooperación y trabajo conjunto que tienden a generar precios de mercado óptimos, donde cada agente (propietario, distribuidor, trabajador y consumidor) obtiene como retribución un beneficio que es fruto de la productividad de cada uno. Eliminiéndose así la lucha de intereses entre los agentes y la explotación que se deriva del ganador de esta lucha.

Forman parte de este grupo aquellas cooperativas que producen un bien o servicio y lo distribuyen para autoconsumo, colocando en el mercado sus excedentes. En este tipo de cooperativas se tiende a la autogestión como sistema máximo de producción económico y aunque no necesariamente su producción deba satisfacer todas las necesidades de bienes y servicios de sus miembros, a medida que la empresa se desarrolla tiende a proveerse de más bienes y servicios que garantizan un mayor bienestar a sus miembros.

En la actualidad es posible destacar algunos ejemplos de cooperativas mixtas que han obtenido, gracias a su diversificación, unos niveles de bienestar, para sus miembros y la sociedad en general, muy por encima de los generados en cualquier otro tipo de empresa: uno de los ejemplos más significativos viene dado por los Kibuts.

El Kibuts es una cooperativa integral donde los bienes y servicios son de propiedad colectiva y donde se aúna la producción, el consumo y la educación con la vida integral para sus miembros. Parte de la producción agrícola para autoconsumo, para extender sus actividades con la suma de excedentes no consumidos de productos hacia el interior y el exterior de su país de origen: Israel. La alta productividad generada produjo la necesidad de extender su actividad al sector industrial y en la actualidad tan solo 281 kibutz producen el 40% de la producción agrícola total de Israel.

Sus bases jurídicas están contempladas en la Ley 79/1988 y la Ley 454/1998. Su vigilancia corre por cuenta de la Superintendencia de Economía Solidaria.

Precooperativas

Son asociaciones empresariales formadas por cinco o más personas (hasta 20), las cuales atendiendo a unos intereses similares realizan una función económica en la cual ponen en práctica la gestión económica basada en la cooperación. Estas organizaciones tienen la característica que deben ser fomentadas o promovidas con el concurso de otra entidad. Su formación se debe principalmente a la escasez de recursos, experiencia y educación suficientes como para crear una cooperativa. Las precooperativas sirven de base para organizar posteriormente una cooperativa.

Las precooperativas ponen en práctica los principios y valores cooperativos y se establecen mecanismos de identidad empresarial idénticos a los descritos para la cooperativa.

Se caracterizan por contar con:

- Vínculos bien definidos entre socios que favorecen el conocimiento mutuo,
- Facilidad para reunirse y tomar decisiones a menores costos
- Mayores posibilidades de control y efectividad en la administración
- Pueden adaptarse con mayor rapidez a los cambios
- Dificultades para aumentar el capital

Sus bases jurídicas están contempladas en la Ley 79/1988, en el Decreto 1333/1989 y en el 4588/2006. Su vigilancia corre por cuenta de la Superintendencia de Economía Solidaria.

Empresas Comunitarias

Son las empresas organizadas desde un núcleo comunitario, sea en el sector urbano o rural, para realizar actividades de carácter económico, social o cultural para el beneficio de sus asociados. En estas empresas, al igual que en las cooperativas, el fin no se consigue a través del lucro y las decisiones y la administración son tomadas democráticamente por los socios.

Forman parte de las empresas comunitarias todas aquellas surgidas de juntas de acción comunal, consejos administradores de conjuntos residenciales, asociaciones de vecinos de un corregimiento, predio, vereda, o un barrio.

En el ámbito legal, la empresa comunitaria se asoció a empresas de tipo rural surgidas en los albores de la reforma agraria.

- *La empresa comunitaria es la forma asociativa por la cual un número plural de personas que reúnan las condiciones de ser beneficiarios de los programas de reforma agraria estipulan aportar su trabajo, industria, servicios y otros bienes en común con el fin de desarrollar todas o algunas de las siguientes actividades: la explotación económica de uno o varios predios rurales, la transformación, comercialización o mercadeo de productos agropecuarios y la prestación de servicios sin perjuicio de poder dedicarse a otras actividades conexas y necesarias para el cumplimiento de sus fines, en orden a repartirse entre sí las ganancias o pérdidas que resultaren en forma proporcional a sus aportes.*

Las empresas comunitarias se caracterizan por:

- Surgir de relaciones de vecindad sean estas en el sector urbano o en sector rural.
- El establecimiento previo de procesos colaborativos que sientan las bases para establecer relaciones de reciprocidad y confianza que se materializan en acciones conjuntas para beneficio común.
- Realizar aportes económicos en especie como la prestación de maquinarias, de asistencia técnica, de espacios privados para reuniones colectivas, entre otras.
- Mantener una identidad entre los demandantes de servicios y los gestores de los mismos. En muchas

ocasiones las empresas comunitarias ejercen actividades de presión hacia el sector público (o el sector privado) en aras de satisfacer necesidades comunes.

En las empresas comunitarias de origen rural es posible atender a formas de producción totalmente colectivas (tipo Kibutz), parcialmente colectivas (donde la producción es colectiva pero la comercialización es individual –o viceversa-) o simplemente estratégicas (la asociación se establece para la utilización conjunta de implementos agrícolas o para el suministro colectivo de bienes o servicios).

En el ámbito urbano las empresas comunitarias son dependientes de las Juntas de Acción Comunal o de las Juntas de Vecinos.

Sus bases jurídicas están contempladas en el decreto 2073/1973. Su vigilancia corre por cuenta de la Superintendencia de Economía Solidaria y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Empresas Solidarias de Salud

Son empresas asociativas conformadas para tener acceso al sistema de salud mediante la autogestión y la práctica de principios solidarios. Forman parte de estas empresas las empresas prestadoras de salud (EPS) que se identifican y que practican los principios solidarios y que bajo un mecanismo sin fines lucrativos busca el incremento del bienestar no sólo de sus asociados sino de la comunidad en general.

En estas empresas la característica primordial es la asociación con fines de acceso y administración de los servicios del Plan Obligatorio de Salud Subsidiada. Se genera identidad entre los demandantes de servicios, los oferentes y los gestores de los mismos.

Están reguladas por la Ley 100/1993, la Ley 79/1988 y el Decreto 4588/2006 vigiladas organizacionalmente por la Superintendencia de Economía Solidaria y en lo referente a su función la Superintendencia Nacional de Salud.

Fondos de Empleados

Son asociaciones conformadas por trabajadores y empleados de una misma empresa, sean estas del sector privado o del sector público, que se unen para desarrollar actividades económicas y sociales con el fin de mejorar su bienestar.

Regularmente estas empresas surgen mediante la conformación de pequeñas cajas de depósito o fondos de ahorros de los empleados, quienes periódicamente hacen una contribución económica con el fin de generar un monto lo suficientemente alto para autofinanciar actividades previamente definidas por los asociados.

Los fondos de empleados comparten las siguientes características:

- Los asociados del fondo están vinculados por una relación laboral. Este vínculo fortalece las redes de reciprocidad, solidaridad y colaboración entre los empleados de la empresa y permite que posibles inconformidades comunes puedan ser solucionadas a la luz de una colaboración intra e inter empresarial (se crean soluciones dentro del fondo y entre el fondo y la empresa al que pertenecen los socios).
- Los vínculos que se generan dentro de los trabajadores de una misma empresa contribuyen en gran medida a generar soluciones colaborativas a conflictos de poder entre los mandos y los estamentos sociales.

- Crea incentivos para mejorar los procesos de coordinación entre trabajadores de una misma empresa generando un aumento de la productividad -la organización se crea y fortalece con el espaldarazo de la empresa -las cuotas de aporte de los socios pueden estar determinadas por la periodicidad de pago que hace la empresa y en ocasiones por la cantidad de pago recibido por cada socio.
- Regularmente se presenta identidad entre los demandantes de servicios y los gestores de los mismos, aunque en ocasiones (como en el caso de prestación de servicios crediticios) pueden establecerse identidad entre toda la esfera de agentes económicos (propietarios, consumidores, trabajadores y distribuidores)

Están regulados por la Ley 79/1988 y el Decreto 1481 y vigilados por la Superintendencia de Economía Solidaria.

Asociaciones Mutualistas

Son asociaciones de personas que basadas en los principios de la fraternidad buscan prestarse ayuda recíproca frente a riesgos eventuales y satisfacer sus necesidades mediante la prestación de servicios de seguridad social.

Se caracterizan porque sus miembros mantienen en cada una de sus actividades: unión y correspondencia de hermandad. Cada socio es más que un compañero, es un hermano. La honradez, la solidaridad y la ayuda mutua son valores que cumplen un papel rector en la gestión de la organización. Se genera identidad entre los demandantes de servicios y los gestores de los mismos.

Es también característica, en este tipo de empresas, que los aportes que se efectúan no son reintegrados y si se generan excedentes estos no se reparten sino que se utilizan para fortalecer a la organización y generar beneficios sociales. Estas empresas no tienen fines de lucro.

Están regulados por el Decreto 1480/1989 y vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria.

Empresas de Servicios en las formas de Administraciones Públicas Cooperativas

Son empresas cooperativas dedicadas a la prestación de servicios públicos, formadas por entidades públicas o sin ánimo de lucro.

Se caracterizan por ser empresas surgidas de una iniciativa de algún organismo público. Esta característica dificulta su creación ya que tiene que decretarse mediante leyes, acuerdos u ordenanzas. Una excepción a lo anterior viene dado en el caso de que su surgimiento se derive de alguna iniciativa de empresa privada sin ánimo de lucro.

Esta modalidad empresarial tiene mucha idoneidad en un contexto de privatizaciones públicas y es una forma bastante provechosa para generar incentivos a organismos de carácter público para actuar como empresas privadas sin dejar de lado sus objetivos sociales fundamentales.

Están regulados por la Ley 79/1988 y el Decreto 1482/1989.

Organismos de Segundo y Tercer Grado que agrupan e integran Entidades Solidarias:

Se denominan organismos de segundo grado a las empresas que agrupan entidades de base (como cooperativas, mutuales, precooperativas, empresas comunitarias y demás formas asociativas que reconozca la Ley). Son nacionales cuando están conformadas por al menos diez empresas y regionales cuando están conformadas por al menos cinco. Los organismos de tercer grado son los conformados con al menos doce entidades de segundo grado y pueden ser de carácter regional, sectorial o nacional.

Las empresas y organizaciones de economía solidaria se agrupan e integran en organismos de segundo grado, de índole nacional o regional, y de tercer grado, de índole regional, nacional o sectorial, atendiendo a fines de promoción, representación, asistencia técnica, educación y autocontrol –denominada integración gremial–, o atendiendo a fines de fortalecimiento económico de actividades y sectores determinados –denominada integración económica– (Uribe, 1999).

En su desenvolvimiento generan procesos de acercamiento a otros organismos de la economía pública y privada y estimulan la integración entre las empresas de la economía solidaria. En su seno se discuten estrategias y se formulan planes, programas y proyectos para el fortalecimiento de las empresas afiliadas. Estos organismos no tienen fines de lucro.

Están regulados por la Ley 454 de 1998 y son vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria.

Instituciones Auxiliares de la Economía Solidaria

Son instituciones que tienen como objetivo brindar apoyo al sector cooperativo. Estas instituciones pueden formarse a partir del movimiento cooperativo o pueden formarse externamente al movimiento.

Tienen la característica de prestar servicios de formación, investigación, capacitación y asesoría. Entre las instituciones que se forman a partir del movimiento cooperativo se pueden destacar aquellas entidades educativas como las fundaciones o las corporaciones que se forman con recursos de destinación a la capacitación, con el fin de prestar a sus asociados un servicio formativo que lo capacite para asumir profesional o técnicamente las actividades que exija la gestión cooperativa. Es posible encontrar también instituciones que, siendo formados externamente a la cooperativa, apoyan al movimiento cooperativo como agente social de desarrollo. Tal es el caso de organismos no gubernamentales nacionales e internacionales y de centros de formación como universidades que ofrecen programas en cooperativismo o economía solidaria. A los programas impartidos dentro de estas instituciones los orienta y vigila el Dansocial. La regulación marco de estas instituciones es la Ley 79/1998 y el Decreto 454/1998.



Módulo 4.

Estructura básica de la organización solidaria

"En una cooperativa con un grupo grande de asociados, la efectividad de la cooperación cooperativa exige, debido a los costos de información y negociación, que las decisiones sean tomadas mayoritariamente y que gran parte de ellas sean transferidas a órganos con facultad de decisión".

Eschenburg

Presentación

La organización de toda empresa solidaria exige mecanismos de estructuración que permitan garantizar un óptimo aprovechamiento del saber hacer de cada asociado. Este mecanismo de estructuración, sigue las pautas del modelo participativo en el cual se promueve la autogestión y la horizontalidad en la participación de toma de decisiones. En la estructura autogestionaria de las empresas solidarias se distinguen tres grandes instancias para la toma de decisiones: La Asamblea General, el Consejo Directivo y la Esfera Operativa.

Objetivo

Dotar al estudiante de los fundamentos básicos de la estructura empresarial solidaria, distinguiendo procesos para la participación y la toma de decisiones.

Diagnóstico de entrada

Las siguientes son pautas para la reflexión antes de abordar la lectura del módulo:

- ¿Cuáles son los espacios institucionales para ejercer la participación en las empresas solidarias?
- ¿Cuáles son las competencias de la Asamblea General?
- ¿Cuáles son las competencias de las instancias directivas?
- ¿Quién es el garante de la actuación cooperativa conforme a su objeto social?
- ¿Cuáles son las competencias de los comités de apoyo de las entidades solidarias?

ESTRUCTURA BÁSICA DE LA ORGANIZACIÓN SOLIDARIA

La organización en toda empresa exige mecanismos de estructuración que permitan garantizar un óptimo aprovechamiento del saber hacer de cada asociado e incentiven la participación en la gestión y toma de decisiones empresariales.

Con la división de funciones dentro de la organización y la estructuración orgánica dentro de la empresa, se busca un diseño organizacional que permita que cualquier persona con el adiestramiento adecuado pueda ejercer distintas funciones dentro de una organización, promoviendo de esta forma la rotación de funciones.

Formalmente la estructura empresarial define y demarca mediante funciones responsabilidades normas y reglamentos las relaciones entre los cargos y los órganos de poder para alcanzar eficientemente los objetivos.

En las estructuras organizacionales existen unidades dispuestas por niveles donde se establecen canales de información, responsabilidad y líneas de mando definidas.

En las organizaciones solidarias se estructuran los órganos de administración atendiendo a su especificidad empresarial en cuatro grandes áreas administrativas:

- Asamblea general que representa la administración máxima de la empresa.
- El Comité de Administración o Junta directiva que representa la administración permanente.
- La junta de vigilancia o comité de control social y otros comités que representan la administración por delegación.
- La Gerencia que representa la administración empresarial.

A los anteriores órganos se agrega la revisoría fiscal encargada de velar por el correcto estado de los informes financieros y el cumplimiento de las normas contables del plan único de cuentas de las entidades solidarias.

A la asamblea general como máximo órgano de administración, le compete:

- Establecer las políticas y directrices de la empresa
- Elegir los miembros del comité de administración o junta directiva, comité de control social, revisor fiscal y fijar sus remuneraciones
- Aprobar o desaprobar los estados financieros
- Fijar la destinación de excedentes
- Fijar aportes extraordinarios
- Reformar los estatutos

La asamblea general se constituye con la reunión de todos los asociados hábiles. Hay tres tipos de asambleas: de constitución –realizada por los fundadores-, ordinaria –realizada una vez al año para evaluar la gestión de la empresa- y extraordinaria –realizada para tratar cualquier asunto de interés que no pueda esperar la reunión ordinaria.

Al comité de administración o junta directiva como órgano encargado de planear, organizar, controlar y evaluar el desarrollo del objeto social de la empresa, le compete:

- Nombrar al representante legal de la empresa
- Crear los comités que estime necesarios
- Establecer y aprobar los planes y programas de la empresa
- Decidir sobre la admisión o exclusión de asociados
- Presentar a la Asamblea los informes económicos y sociales
- Reglamentar la prestación de servicios de la empresa

La junta de vigilancia, o comité de control social, es el órgano interno de vigilancia del cumplimiento del objeto social de la empresa y le compete velar porque los actos de los órganos de administración se ajusten a las prescripciones legales y a los principios solidarios, e informar a los órganos de regulación sobre cualquier anomalía en la gestión y solicitar la aplicación de sanciones.

A los demás comités como órganos de apoyo les corresponde facilitar la gestión de la empresa especializando sus actividades en educación, recreación, créditos, vivienda, divulgación e información, solidaridad y bienestar social, entre otros.

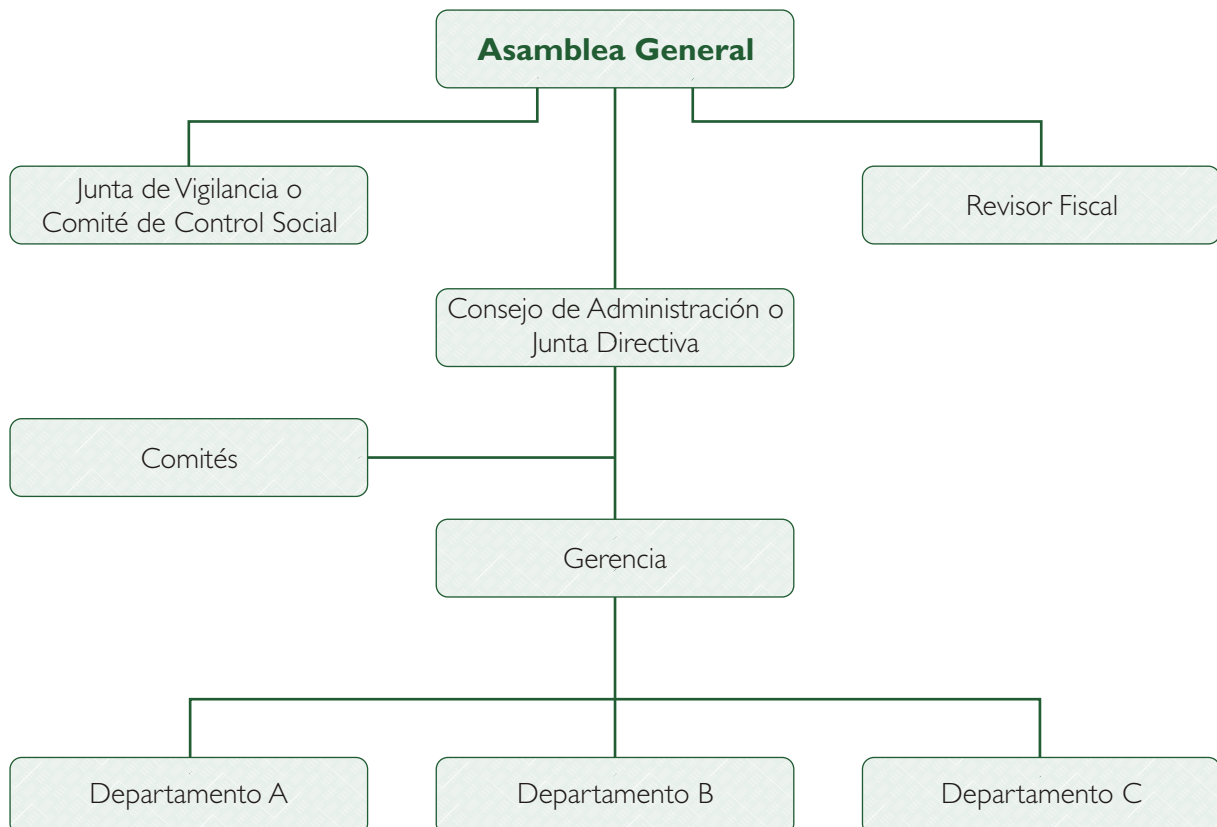
A la Gerencia, como representante legal de la empresa, le compete ejecutar las disposiciones del consejo de administración y en el ámbito interno:

- Proveer los cargos contemplados en la planta de personal
- Organizar la gestión de la empresa y su desarrollo, el trabajo y el abastecimiento...
- Presentar el presupuesto de ingresos, gastos e inversiones para estudio del consejo
- Presentar proyectos para desarrollar las áreas de acción del plan de desarrollo de la empresa

ORGANIGRAMA DE LAS EMPRESAS SOLIDARIAS

La estructura de las empresas solidarias se representa gráficamente de la siguiente forma:

Figura 1. Estructura Básica de las Empresas Solidarias



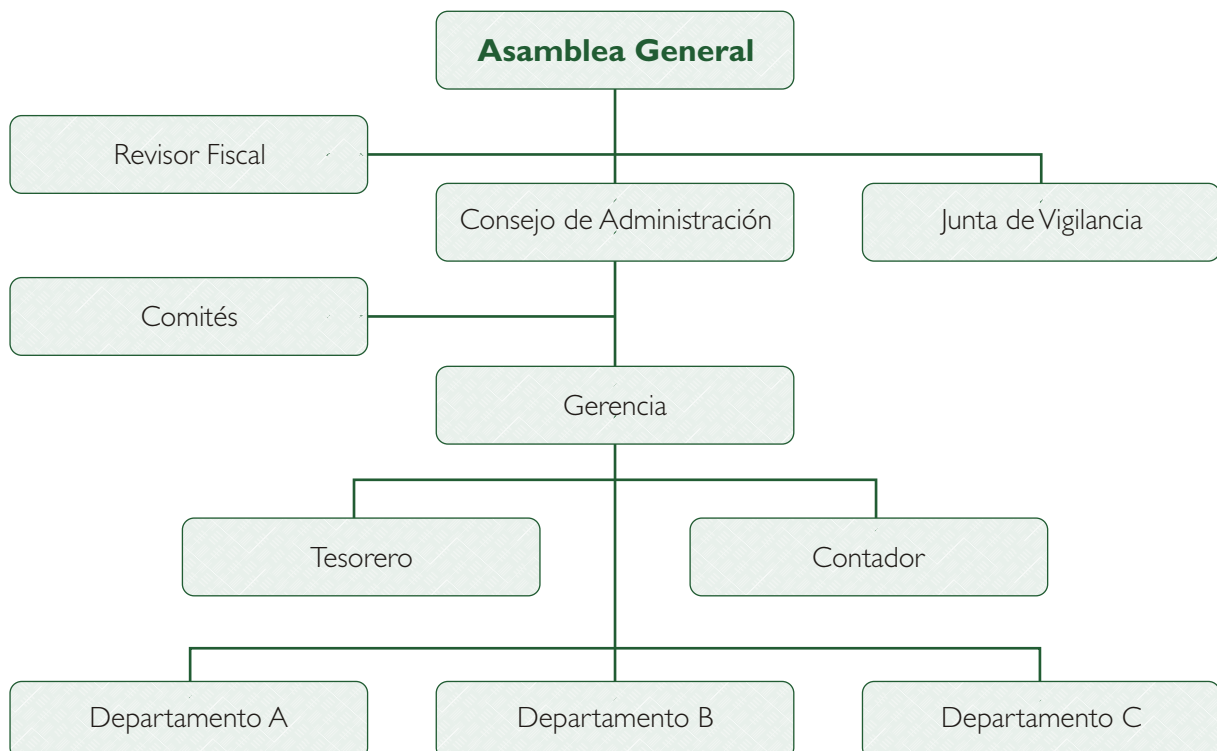
Tomando en cuenta la estructura básica se especifica, a continuación, el organigrama de las principales empresas de economía solidaria:

Figura 2. Organigrama de las Precooperativas

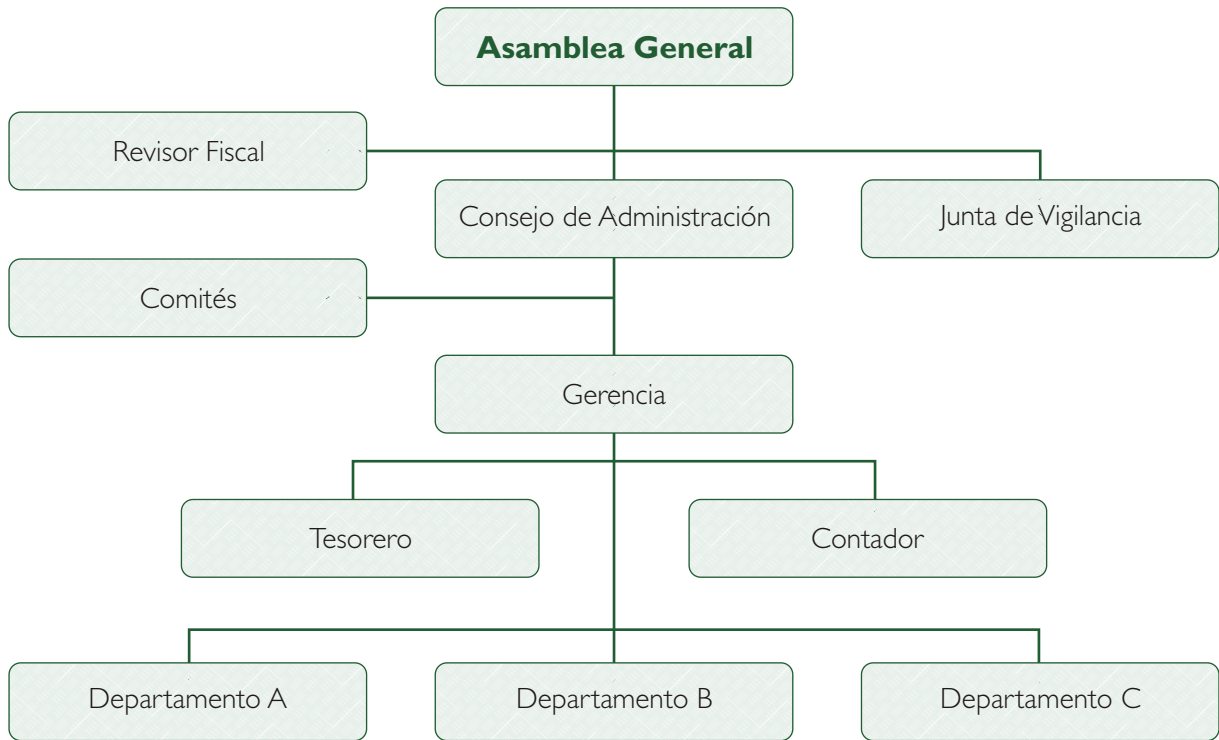


Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria a partir de Ramírez, 1998

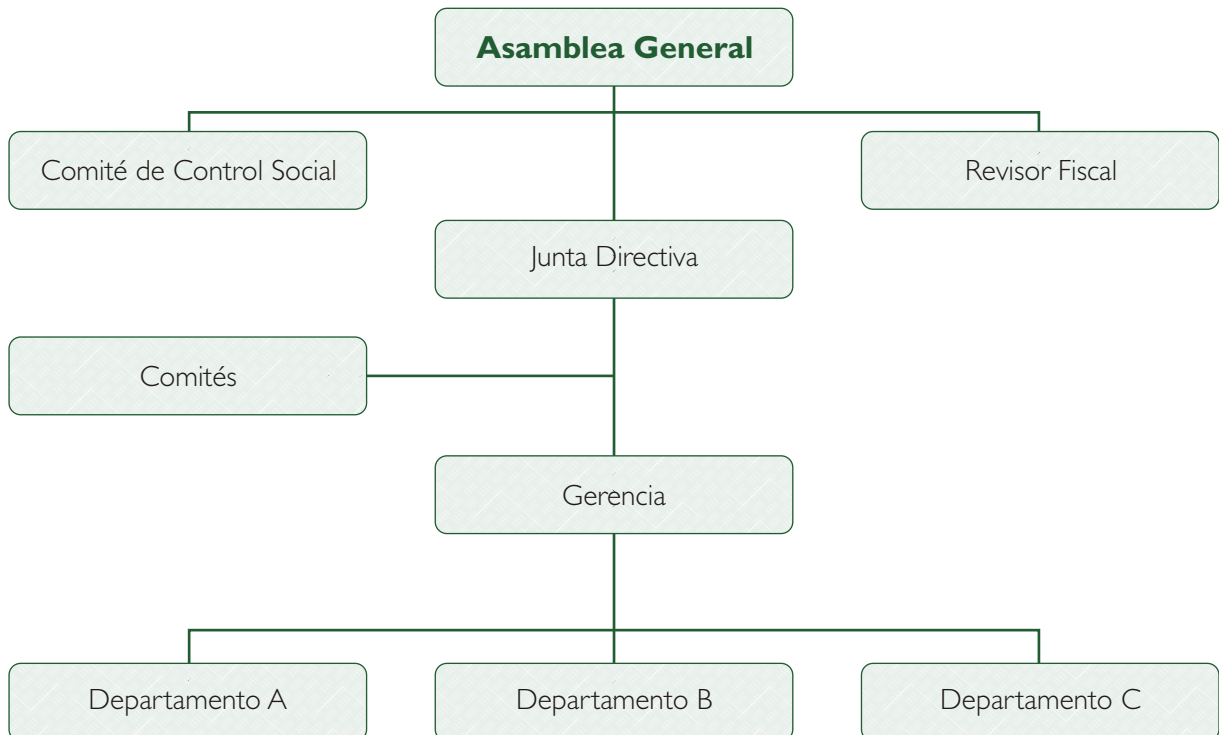
Figura 3. Organigrama de las Cooperativas



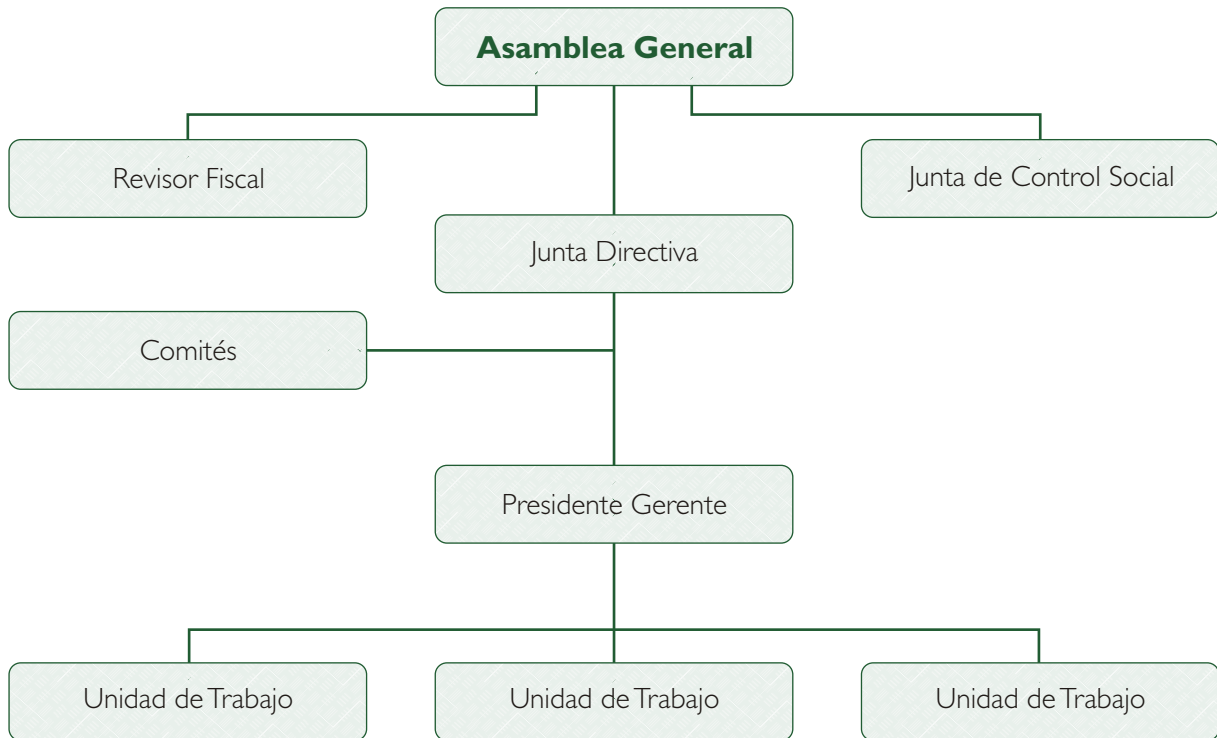
Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria a partir de Ramírez, 1998

Figura 4. Organigrama de las Administraciones Públicas Cooperativas

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria a partir de Ramírez, 1998

Figura 5. Organigrama de los Fondos de Empleados

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria a partir de Ramírez, 1998

Figura 6. Organigrama de las Asociaciones Mutuales

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria a partir de Ramírez, 1998

Figura 7. Organigrama de las Empresas Comunitarias

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria a partir de Ramírez, 1998

Una vez analizados los fundamentos históricos y administrativos de la economía solidaria, es necesario proseguir en la formación. Los siguientes documentos explorarán los fundamentos económicos, legales, tributarios, contables y las herramientas para el reporte de la actividad social de las empresas de economía solidaria como mecanismos básicos para la gestión empresarial.



Módulo 5.

Fundamentos económicos y jurídicos de las empresas solidarias

“Las cooperativas dinamizan la competencia a favor de los asociados, posibilitan una mayor permeabilidad de la economía para innovaciones, integrando a demandantes y oferentes como una fuerza activa para el proceso de desarrollo y fomentando al mismo tiempo una integración económica”

Diete Benecke

Presentación

Las empresas de economía solidaria juegan un papel fundamental en la provisión de bienes y servicios para el bienestar de la sociedad. En su accionar corrigen fallas de mercado como desempleo, ausencia de mecanismos de financiación empresarial, altos costos en la producción y distribución, etc. Pero además, su amplio espectro de beneficiarios hace que el efecto social de sus acciones sea mucho mayor que el de otro tipo de empresas y la propiedad conjunta tiende puentes a la autorregulación empresarial.

En el ámbito jurídico, las empresas de economía solidaria cuentan, en nuestro país, con un interesante desarrollo normativo, fruto de la normalización de los principios constitucionales, que orienta en buena medida el quehacer empresarial y estipula los lineamientos para ejercer la regulación y supervisión por parte de los organismos competentes.

De esta manera, a cooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutualistas y demás empresas de economía solidaria, les compete una lógica económica y una normatividad propia.

Objetivo

Dotar al estudiante de los fundamentos económicos, jurídicos y el entorno institucional de las empresas solidarias.

Diagnóstico de entrada

Las siguientes son pautas para la reflexión antes de abordar la lectura del módulo:

- ¿Cuál es la lógica de operación económica de las empresas solidarias?
- ¿Cuáles son mis deberes y derechos como asociado a una empresa solidaria?

LA LÓGICA ECONÓMICA DE LA ASOCIATIVIDAD

Las asociaciones como componente organizativo han sido tratadas por el derecho, la historia y la sociología desde inicios de la década de los cincuenta del siglo pasado. Su difusión como componente sujeto a regulación a nivel mundial, generó la multiplicación de estudios sobre la acción social que ejercían.

Sin embargo, es a partir de la década de los setenta cuando comienzan a configurarse de forma intensiva pasos de clasificación organizacional de las entidades asociativas con algunos trazos de teoría económica¹².

Estos desarrollos vinieron impulsados por el enfoque del Nonprofit generado en ámbitos anglosajones donde se delimitaba casi exclusivamente a empresas benéficas. Posteriormente, desde el ámbito francófono comienza a fortalecerse la idea de las asociaciones desde el punto de vista cooperativo como componente de la economía social. Finalmente, ya entrada la década de los ochenta comienzan a estructurarse estudios sobre las empresas solidarias y sociales como productoras de bienes públicos, mitigadoras de fallas de mercado y en buena medida, como agentes de transferencia de competencias públicas.

Las Asociaciones como Nonprofit

El enfoque del Nonprofit –sinónimo de la expresión sin ánimo de lucro- ha estudiado la existencia de la organización asociativa en el corazón de las deficiencias del Estado y del mercado bajo la concepción que la organización asociativa surge para atender demandas residuales de bienes colectivos.

Este enfoque es alimentado por trabajos que muestran la proliferación de asociaciones Nonprofit como hospitales, guarderías, escuelas e incluso universidades, dadas las limitadas capacidades de cobertura de las organizaciones públicas.

Otros trabajos, muestran como las personas se ven incentivadas a establecer sus transacciones económicas con empresas en las cuales prime el principio de no distribución, dada la confianza que brinda no tener ánimo de lucro en la provisión de bienes considerados como universales (como la educación, la salud, etc) frente a posibles empresas privadas que busquen sólo lucrarse a través de estas actividades.

Pero, ¿por qué algunas personas prefieren confiar sus recursos a entidades asociativas sin ánimo de lucro, en lugar de las empresas lucrativas?, ¿qué móviles les impulsan?

Al respecto, algunas investigaciones indican que los consumidores, ante el desconocimiento de las características de calidad y cantidad de un bien o servicio¹³, prefieren confiar sus asignaciones a organizaciones sin ánimo de lucro, dado que bajo su lógica económica lo que buscan es dar al consumidor los mayores beneficios, con costos mucho más bajos que el de las empresas con ánimo de lucro.

Con respecto a los móviles que mueven a los productores –o asociados- a ofrecer, mediante empresas asociativas, bienes y servicios más económicos y con mayor calidad, los estudios muestran “que históricamente la producción privada sin fines de lucro de servicios sociales, médicos o educativos no ha sido lanzada por empresarios individuales sino por grupos estimulados por motivaciones de orden religioso o

¹² Al respecto el profesor Defourny comenta: “Por diversas razones y en particular, a causa de una crónica falta de datos estadísticos, los economistas han ignorado durante mucho tiempo el mundo asociativo” (Defourny, 1994, p.124)

¹³ Como la educación, la salud, la cultura y la recreación entre otros.

ideológico" (Defourny, 1994, p. 137). En este sentido, los servicios prestados por empresas sin ánimo de lucro tienen la característica de ser, para buena parte de sus asociados, un medio de promoción de sus ideas, creencias, causas sociales, políticas o culturales.

Para otros, la prestación de servicios viene dada por la adhesión a causas asociadas a un estatus social. En este caso, la asociación sin ánimo de lucro surge como incentivo intangible de prestigio, prestancia, estatus social y representatividad de intereses socialmente legítimos. Finalmente, para algunos asociados, estas empresas son un medio para disfrazar una intencionalidad individualista, egoísta y maximizadora, sea esta directa o indirecta¹⁴. Son estos últimos los agentes causantes de la debacle de este tipo de empresas ya que sus acciones generan celos, desconfianza y ruido interno.

Por otra parte, las empresas sin ánimo de lucro son entidades idóneas para la transferencia de recursos del Estado, al considerar que al delegar en estas organizaciones la prestación de servicios es posible obtener menores costos totales de producción. Lo anterior porque estas empresas no tienen las mismas obligaciones salariales que tienen las entidades públicas y las empresas privadas lucrativas, obtienen trabajo voluntario y su estructuración organizacional las hace ser más conocedoras de servicios diferenciados y específicos¹⁵. Sin embargo, la transferencia de recursos del Estado hacia estas empresas puede generar una pérdida de bienestar para toda una nación, si el Estado deja de producir bienes públicos con la excusa de que este tipo de empresas lo hace mejor.

Uniendo las razones por las cuales algunos consumidores prefieren consumir bienes y servicios de empresas no lucrativas y las razones por las cuales los asociados están dispuestos a crear empresas asociativas se puede encontrar para la empresas asociativa un equilibrio dinámico desde el punto de vista económico, en el cual el factor que motiva la demanda y la creación de organizaciones asociativas, es la carencia de un bien o servicio inadecuadamente ofertado por el sector público o por el sector capitalista generando coaliciones de individuos que se asocian con el objeto de producir para ellos, o para otros, los servicios carentes; siempre que el beneficio que le reporte el control de la organización sea mayor que los costos que implican su formación y su beneficio exceda el beneficio potencialmente alcanzable con otras alternativas institucionales.

Sin embargo, es importante que en estas empresas existan dolientes que cuiden la eficacia de la organización y la presencia de individuos con intereses personales, poco claros y egoístas. De no ser así, estas empresas tenderán, por una parte, a realizar inversiones y gastos onerosos ya que al no poder repartir deliberadamente los ingresos, simplemente los ejecutan de forma superflua y, por otra parte, pueden tender a beneficiar la realización de contratos y el privilegio a ciertos asociados con fines personales y en desmedro del bienestar general de los asociados.

Una nota final con respecto a la experiencia del accionar de asociados con intereses personales y egoístas dentro de los estamentos directivos de la entidad, y su efecto sobre la lógica económica de estas empresas, tiene que ver la lenta capacidad de reacción y toma de decisiones de estas empresas debido a su reducida capacidad de llegar a acuerdos, compromiso y voluntad de acción.

Las Asociaciones como Componentes de la Economía Social

El enfoque económico francés de las asociaciones distingue las expresiones cooperativas y mutuales, en su análisis. En este sentido, el carácter de beneficencia y voluntariado tiende, bajo esta lectura, a perder relevancia como lógica empresarial.

¹⁴ Como la obtenida a través de acciones externas como el marketing social, la responsabilidad social, las inversiones éticas, etc. Pero también a través de acciones internas como la apropiación de salarios excesivos, pagos en especie, explotación de empleados, etc.

¹⁵ Como integración de redes minoritarias, temas medioambientales, de género, etc.

Bajo este enfoque, las asociaciones tienen rasgos comunes con el sector público como la finalidad de servicio y la organización democrática; pero también mantienen rasgos comunes con el sector privado como la autonomía de gestión y la iniciativa privada. De esta manera, las asociaciones forman parte de un conjunto de organizaciones que tomando en cuenta el interés general actúan bajo iniciativa privada.

La lógica económica de estas empresas privilegia de forma colectiva la maximización del bienestar de cada uno de los asociados, en vez de la maximización del lucro convencional de la empresa privada capitalista. En este sentido, el lucro juega un papel central en la conformación de los recursos necesarios para maximizar el bienestar¹⁶, pero no es un fin como si lo es para la empresa capitalista. El lucro termina siendo en las empresas asociativas un medio para fines mucho más amplios y que involucra a muchos más beneficiarios.

Las Asociaciones como Productoras de Bienes Cuasi-Públicos

Las asociaciones producen bienes y servicios que según su destino pueden ser no mercadeables o no mercadeables¹⁷; y pueden satisfacer intereses privados o intereses colectivos. Es esta la raíz de la noción de las asociaciones como productoras de bienes cuasi-públicos¹⁸.

Cuando una asociación ofrece bienes y servicios, lo hace siguiendo los precios de mercado¹⁹ o mediante precios mayores, menores e incluso a veces sin contraprestación alguna.

Si los bienes se ofrecen a través del mercado los precios suelen determinarse exógenamente, salvo capacidad de influir sobre los precios, y las empresas establecen sus precios utilizando como referencia las pautas de otros competidores.

Sin embargo, algunos bienes o servicios que presta la empresa asociativa pueden ser sometidos parcialmente a las leyes de mercado y procurar su financiación a través de:

- Cuotas obligatorias (como los bienes y servicios prestados por fundaciones universitarias o entidades prestadoras de salud). Estas cuotas pueden establecerse por:
 - ✓ Debajo del precio de mercado
 - ✓ En relación al precio de mercado²⁰
 - ✓ Por encima del precio de mercado²¹

¹⁶ Medido en acceso a crédito, educación, salud, recreación, vivienda, ahorro, entre otros.

¹⁷ En las empresas privadas lucrativas la producción de bienes y servicios se orienta sólo a la producción de bienes mercadeables. La referencia a mercadeable indica que el bien o servicio tiene un mercado de demandantes y oferentes, los cuales a través de un precio realizan una transacción de compra-venta.

¹⁸ Se consideran bienes públicos a los bienes en los cuales no es posible impedir que una persona los utilice, y su uso no reduce la posibilidad de uso por parte de otra persona. Se hace referencia a bienes cuasi-públicos en empresas asociativas, en cuanto al uso por parte de un asociado de un bien o servicio producido por su empresa, no excluye la posibilidad de que otro asociado lo utilice también.

¹⁹ Bajo el mecanismo de mercado el precio juega el papel de asignador de recursos en los mercados de producción, financiación, consumo, etc. Para los bienes y servicios que no se prestan bajo los principios de mercado se constata que la financiación no es asegurada por un precio de mercado que compense los costos de producción, sino que se realiza a través de las contribuciones.

²⁰ En el caso de empresas asociativas como fundaciones no se busca por principio- establecer la exclusión en la prestación de servicios sentido estricto. En este caso, la exclusión viene dada por motivos económicos, a través del sistema de cuotas, reservas de admisión u otras. Es el caso de las universidades las cuales en sentido estricto no plantean la exclusión, pero en la práctica la exclusión se realiza porque no todos los posibles consumidores de sus servicios están en disposición de pagar sus matrículas de inscripción y estudio.

²¹ En este caso, el precio pagado reflejaría el valor del bien más un componente adicional utilizado para maximizar la función social de la asociación prestadora del servicio, por ejemplo el precio pagado por tarjetas navideñas de apoyo a los discapacitados o el precio pagado por bienes de comercio justo.

- Contribuciones parcialmente voluntarias –cuotas sugeridas- (es el caso de algunos centros de salud donde las contribuciones se sugieren al momento de tomar el bien o servicio).
- Contribuciones totalmente voluntarias (como las cuotas de fundaciones de promoción del desarrollo).

En términos generales, las asociaciones pueden ser según sus perspectivas²²:

- Filantrópicas
- Institucionales
- Neoliberales
- Abocadas a la justicia social
- De desarrollo social
- De reivindicaciones
- De representación
- De expresión
- De autogestión y cogestión

Las asociaciones filantrópicas se basan en prescripciones religiosas, culturales o éticas ante una determinada situación. Actúan en pro de paliar situaciones entendidas como socialmente indeseables²³, focalizando sus áreas de intervención hacia poblaciones “necesitadas”²⁴. Los programas que se desprenden son predominantemente de corte asistencialista y paternalista. El ámbito de acceso a los bienes y servicios es selectivo. Este tipo de asociaciones es auspiciado por un agente donante quien establece las reglas de producción, distribución y consumo.

En las asociaciones institucionales, su conformación está predeterminada a la pertenencia, adhesión y subordinación a un sistema mayor de servicios sociales que busca mediante la provisión de bienes públicos atender las fallas de mercado. Este tipo de asociaciones se caracteriza por tener una mínima independencia en su toma de decisiones y focalización de las actividades y poblaciones objetivo. Actúan en pro del cumplimiento de unos objetivos trazados por fuera de la asociación, y en pro de su fortalecimiento institucional. Los programas que se desprenden buscan solucionar necesidades básicas determinadas por las entidades públicas y el acceso a sus bienes y servicios tiende a ser público. Pese a que este tipo de asociaciones es auspiciado por entidades públicas, eventualmente entidades privadas pueden auspiciarla en tanto existan incentivos fiscales e impositivos.

Las asociaciones neoliberales basan sus actuaciones en la defensa de estrategias de mercado para suplir fallas de Estado en la provisión de servicios sociales. Actúan en pro del cambio individual y, generalmente, vinculan estrechamente a sus estrategias valores de tipo religioso, moral y de responsabilidad individual en la satisfacción de necesidades. Los programas que se desprenden son asistenciales y a corto plazo, aunque como estrategia de negocios es posible derivar programas sociales de largo aliento. El acceso a bienes y servicios es selectivo utilizando mecanismos de mercado para focalizar los beneficiarios²⁵.

Las asociaciones abocadas a la justicia social basan sus programas en un análisis crítico de la desigualdad de clases, sus causas, efectos e impactos; buscando la democratización, justicia y equidad no sólo de las instituciones sino de las relaciones sociales bajo los diferentes regímenes de bienestar. Los tipos de programas que se desprenden son variados en cuanto a actividades y en cuanto a grupos de interés atendidos, dado que

²² Esta tipificación es una adaptación de Patel (2003).

²³ El término socialmente indeseable es entendido como una construcción contraria al ideal social que prescriben principios doctrinales religiosos, culturales o éticos.

²⁴ Las poblaciones necesitadas son entendidas como aquellas que tienen un consumo inferior de bienes y servicios socialmente deseables.

²⁵ Disposición a pagar, capacidad de compra, etc.

el acceso se define como universal pero focalizado a las poblaciones excluidas. Sus actuaciones son directas o mediadas por movimientos sociales afines a causas comunes.

Las **asociaciones de desarrollo social** orientan su visión a los problemas coligados al desarrollo económico, social, cultural y humano bajo el establecimiento de compromisos gubernamentales, empresariales y de la colectividad, compartidos en torno a orientaciones comunes. Se busca promover el desarrollo en todas sus dimensiones mediante la participación activa de todos los agentes que actúan en la sociedad y las actividades se relacionan a estos objetivos. El acceso es focalizado a grupos socialmente excluidos auspiciado por un sistema pluralista entre sector público, privado y sociedad civil.

Las **asociaciones reivindicativas** surgen de la necesidad de organizar a los grupos de personas para la reivindicación, ante otros agentes, de una serie de intereses compartidos. El tipo de programas que estas organizaciones realizan, son fundamentalmente enfocados a la reforma social²⁶ mediante actividades de presión que buscan un acceso universal, para los grupos de interés, de una serie de bienes y servicios para el mejoramiento de la calidad de vida, basado en principios doctrinales de justicia social. El auspicio suele ser gestoriano e independiente de estamentos gubernamentales.

Las **asociaciones de representación** basan sus programas en actividades de representación institucional de agentes organizados bajo un interés común. A diferencia de las asociaciones reivindicativas, desarrollan actividades de concertación y el auspicio y la participación en la toma de decisiones viene recreada por la membresía.

Las **asociaciones de expresión** surgen de grupos organizados para la realización de actividades de índole cultural, recreativa o de aficiones compartidas, con el objeto de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida y la articulación de capital cultural para los beneficiarios. Pese a que su actividad se realiza bajo la noción de acceso universal, en la práctica el acceso es focalizado por áreas geográficas y por aficiones comunes, en ocasiones dependiendo del auspicio de entidades gubernamentales o privadas. Habitualmente, su alto componente de voluntariado genera círculos de control empresarial cerrados.

Las **asociaciones de autogestión y cogestión** surgen de grupos autodirigidos nacidos con el fin de satisfacer una necesidad sea de índole económico, cultural, político o ambiental, a través de una empresa en la que priman los intereses colectivos a los aportes individuales y el acceso es libre a la entrada y a la salida aunque en la práctica, el libre acceso puede ir en contra de los objetivos de los asociados. Los auspicios son generalmente provenientes de relaciones de membresía.

A las relaciones anotadas se derivan híbridos entre las perspectivas asociativas como por ejemplo aquellas que movidas por incentivos fiscales son dirigidas bajo las especificidades propias que impone el donante; aquellas en las que el auspiciante obtiene satisfacción a través de la financiación de acciones colectivas tendientes a la inclusión social; el auspiciante se adhiere a una causa de desarrollo global mediante sistemas de responsabilización de agentes públicos y privados; aquellas donde los programas se desarrollan desde entes gubernamentales dirigidos a reformas en las relaciones del régimen de bienestar; aquellas donde las asociaciones desarrollan programas dirigidos a paliar situaciones de exclusión social fortaleciendo en los beneficiarios programas de emprendimiento, empoderamiento, etc.

²⁶ En el ámbito del acceso a la salud, la educación, la vivienda e incluso la propiedad.

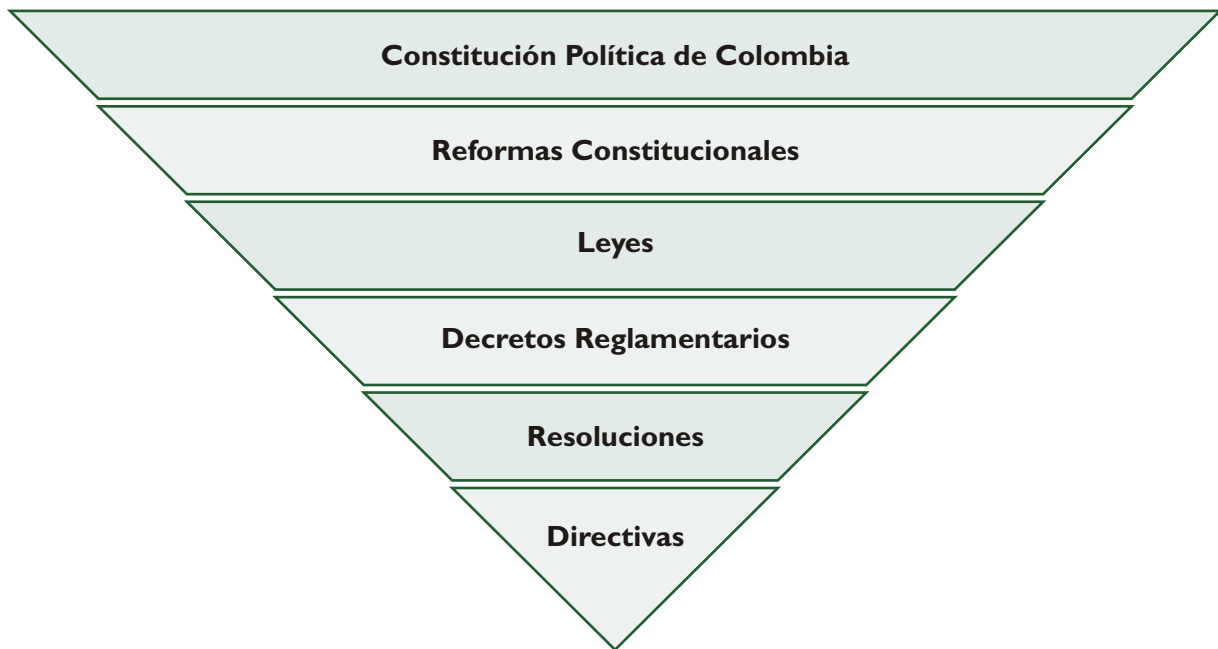
LEYES QUE REGULAN AL SECTOR SOLIDARIO

“La existencia de un derecho supone un proceso de maduración en el que convergen en forma armónica y constructiva los hechos sociales, las normas jurídicas y las valoraciones de la comunidad”

Dante Cracogna
-al referirse al derecho solidario-

En nuestro país, la economía solidaria tiene rango constitucional y jerárquicamente expande sus preceptos en Leyes, Decretos, Resoluciones y Directivas.

Figura 8. Escalafón de prelación normativa



Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - Cootradian

En la Constitución Política de Colombia se definen una serie de preceptos sobre la solidaridad como construcción social y como marco orientador de las acciones sociales, empresariales y de índole público como interés supremo de la nación.

A continuación se presentan algunos de los artículos referidos a la solidaridad en la Constitución:

Cuadro 3. Constitución Política de Colombia. Artículos referidos a la solidaridad

ARTÍCULO	EXTRACTOS DEL CONTENIDO
1	Colombia es un estado social de Derecho fundado en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.
38	Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.
48	La seguridad social se presentará con sujeción a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad.
57	La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas.
58	El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad.
60	El Estado promoverá, de acuerdo con la ley, el acceso a la propiedad. Cuando el Estado enajene su participación en una empresa, tomara las medidas conducentes a democratizar la titularidad de sus acciones y ofrecerá a sus trabajadores, a las organizaciones solidarias y de trabajadores, condiciones especiales para acceder a dicha propiedad accionaria. La ley reglamentará la materia.
64	Es deber del Estado promover el acceso progresivo a la propiedad de la tierra de los trabajadores agrarios, en forma individual o asociativa, y a los servicios de educación, salud, vivienda, seguridad social, recreación, crédito, comunicaciones, comercialización de los productos, asistencia técnica y empresarial, con el fin de mejorar el ingreso y calidad de vida de los campesinos.
95	En el parágrafo 2, plantea como responsabilidad de todo colombiano: Obrar conforme al principio de solidaridad social, respondiendo con acciones humanitarias ante situaciones que pongan en peligro la vida o la salud de las personas.
103	El Estado contribuirá a la organización, promoción y capacitación de las asociaciones profesionales, cívicas, sindicales, comunitarias, juveniles, benéficas o de utilidad común no gubernamentales, sin detrimento de su autonomía con el objeto de que constituyan mecanismos democráticos de representación en las diferentes instancias de participación, concertación, control y vigilancia de la gestión pública que se establezcan.
333	El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - CooRadian

De la Constitución Política y en desarrollo de su articulado, referido a la solidaridad en sus distintas manifestaciones, se reglamentó para el sector solidario la Ley 79 de 1988 y la Ley 454 de 1998.

En términos generales, las orientaciones concernientes a la Ley 454 de 1998 y 79 de 1988 son:

Cuadro 4. Orientaciones de Ley 454 de 1998 y 79 de 1989

LEY	OBJETO	PRINCIPALES ORIENTACIONES
454 de 1998	Determinar el marco conceptual de la economía solidaria, transformar el Dancoop en el Dansocial; crear la Supersolidaria, el Fondo de Garantías para las cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito.	Brinda el marco regulatorio para las empresas de economía solidaria y establece las reglas para el ejercicio del Ahorro y Crédito; además de las funciones para las entidades gubernamentales para la promoción y supervisión del sector solidario.
79 de 1988	Dotar al sector cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental de la economía nacional basado en la doctrina cooperativa, la integración y la participación democrática.	Se dictan normas para la creación, consolidación, protección y vigilancia de las empresas del sector cooperativo y otras formas asociativas como los fondos de empleados.

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - Cootradian

Específicamente, en la Ley 79 de 1988, se define el acuerdo cooperativo como:

... el contrato que se celebra por un número determinado de personas, con el objetivo de crear y organizar una persona jurídica de derecho privado denominado cooperativa, cuyas actividades deben cumplirse con fines de interés social y sin ánimo de lucro.

Son actos cooperativos los realizados entre si por las cooperativas o entre estas y sus propios asociados en desarrollo de su objeto social.

En la misma Ley se delimitan las competencias de los asociados, en términos de deberes y derechos.

Cuadro 5. Deberes y derechos de los asociados

DERECHOS	DEBERES
1. Utilizar los servicios de la empresa solidaria y realizar con ella las operaciones propias de su objeto social.	1. Adquirir conocimientos sobre los principios básicos del cooperativismo, la economía solidaria características del acuerdo cooperativo y estatutos que rigen la entidad.
2. Participar en las actividades de la cooperativa y en su administración, mediante el desempeño de cargos sociales.	2. Cumplir las obligaciones derivadas del acuerdo cooperativo y solidario.
3. Ser informados de la gestión de la empresa solidaria de acuerdo con las prescripciones estatutarias.	3. Aceptar y cumplir las decisiones de los órganos de administración y vigilancia.
4. Ejercer actos de decisión y elección en las asambleas generales.	4. Comportarse solidariamente en sus relaciones con la empresa solidaria y con los asociados de la misma, y
5. Fiscalizar la gestión de la empresa solidaria, y	5. Abstenerse de efectuar actos o de incurrir en omisiones que afecten la estabilidad económica o el prestigio social de la empresa solidaria".
6. Retirarse voluntariamente de la empresa solidaria.	

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - Cootradian

Otros contenidos de sustancial importancia de la Ley 79 de 1988 es lo relacionado con el sector cooperativo entendido como la integración de cooperativas, precooperativas, instituciones auxiliares del cooperativismo, formas de administración pública cooperativa, fondos de empleados y asociaciones mutuales. Las relaciones con el Estado se contemplan en cuanto a fomento económico, derechos y exenciones, responsabilidades y sanciones e inspección y vigilancia gubernamental.

Con respecto a los decretos que reglamentan la Ley 79 de 1988, encontramos:

Cuadro 6. Decretos reglamentarios de la Ley 79 de 1988

No. DECRETO	ACTIVIDAD QUE REGLAMENTA
1111 de 1989	Actividad financiera cooperativa
1134 de 1989	Ahorro y crédito de las cooperativas
1333 de 1989	Precooperativas
1480 de 1989	Asociaciones mutuales
1481 de 1989	Fondos de empleados
1482 de 1989	Formas de administración pública cooperativa
468 de 1990	Cooperativas de trabajo asociado

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - Cootradian

Por otra parte, la Ley 454 de 1998 sienta pautas de definición, especificidad (en términos de principios y fines de la economía solidaria) y caracterización de la economía solidaria, específica como interés común la protección, promoción y fortalecimiento de la economía solidaria y para esto contempla una serie de organismos de promoción, fomento y fortalecimiento, aspectos que serán tratados en el próximo apartado.

Finalmente, en el cuadro 7 se mencionan otras reglamentaciones contenidos en decretos, circulares, resoluciones y directivas.

Cuadro 7. Otras reglamentaciones contenidos en decretos, circulares, resoluciones y directivas

REGLAMENTACIÓN	ACTIVIDAD QUE REGLAMENTA
Decreto 4400 de 2004	Estatuto Tributario referente al Régimen Tributario Especial.
Decreto 640 de 2005 -modificadorio del 4400/04-	Determinación del excedente de acuerdo a las reglas establecidas por la normatividad cooperativa.
Decreto 2880 de 2004	Alternativas de inversión del 20% mínimo de los excedentes para educación formal.
Decreto 468/1990	Cooperativas de Trabajo Asociado.
Circular externa, Jurídica No 007/2003 y 0013/2003	Contable y Financiera Marco de elaboración y presentación de las cuentas de la economía solidaria.
Resolución 0194 de 2001 del Dansocial	Reglamentación de la actividad educativa en Economía Solidaria.
Directiva 031 del 2000 del Ministerio de Educación Nacional y Dansocial	Educación en Economía Solidaria.

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - Cootradian

ENTIDADES ESTATALES DE PROMOCIÓN, FOMENTO Y SUPERVISIÓN DEL SECTOR SOLIDARIO

El sector solidario cuenta con un abanico de instituciones de promoción, fomento y supervisión que buscan la maximización del cumplimiento del objeto social de las empresas y del bienestar de sus asociados.

La función de promoción y fomento a la economía solidaria es desarrollada por las siguientes instituciones:

- Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria –DANSOCIAL- Específicamente, su función consiste en formular y orientar políticas públicas de fomento y fortalecimiento de las organizaciones solidarias definidas por Ley 454 de 1998.
- Fondo de Fomento de Economía Solidaria –FONES- Es un fondo orientado a financiar proyectos de las empresas de economía solidaria, promover el desarrollo de empresas solidarias de producción y trabajo asociado, y establecer estrategias de financiamiento para entidades solidarias pequeñas.

La función de protección y supervisión a la economía solidaria es desarrollada por las siguientes instituciones:

- Superintendencia de la Economía Solidaria –SUPERSOLIDARIA- Es un organismo de carácter técnico, adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera encargada de la vigilancia y el control de la economía solidaria. En el caso de empresas solidarias de vigilancia, transporte y de actividad financiera los organismos encargados de su supervisión son respectivamente, la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Superintendencia de Puertos y Transporte, y Superintendencia Bancaria.
- Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas –FOGACOO- Su función es brindar confianza y protección de depositantes y ahorradores de entidades cooperativas.

ORGANISMOS DE INTEGRACIÓN Y APOYO AL SECTOR SOLIDARIO

La integración no implica sólo la asociación gremial, sino también la asociación de intereses económicos bajo estructuras de realización económica integradas bajo la noción de economías de escala, buscando de esta manera el aprovechamiento de las estructuras de un mismo negocio para integrar el quehacer empresarial, el saber hacer (Know how) y la cultura organizacional de dos o más empresas con fines similares para disminuir costos medios.

El organismo de máxima integración del sector solidario es la Confederación de Cooperativas de Colombia –Confecoop-, quien reporta las estadísticas agregadas de la economía solidaria conformada por la información de las diferentes Superintendencias que vigilan su actividad y unifica la representación y defensa del sector cooperativo colombiano²⁷, tanto en el ámbito nacional como internacional, y promueve la integración entre las cooperativas. Confecoop se integra a la Alianza Cooperativa Internacional, máximo organismo de representación del cooperativismo.

Por otra parte, la Ley 454 de 1998 erige al Consejo Nacional de Economía Solidaria –CONES- como el organismo que formula y coordina, a nivel nacional, las políticas, estrategias, planes, programas y proyectos

²⁷ Conformado por Ley 79 de 1989, entre otras, por cooperativas, fondos de empleados y asociaciones mutuales.

generales pertinentes al sistema de la Economía Solidaria. Por otra parte, la Asociación Nacional de Fondos de Empleados –Analfe- se erige como máximo organismo de representación e integración de los Fondos de Empleados a nivel nacional. Su objetivo es la promoción, fomento y desarrollo de los fondos de empleados.

Finalmente, en la siguiente figura se representan las instancias de integración tanto gremial como económica del cooperativismo colombiano.

Figura 9. Estructura de integración del cooperativismo colombiano



Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria a partir de Ramírez, 1998



Módulo 6.

Introducción a la gestión de empresas solidarias

"La dualidad organizacional de las cooperativas puede ilustrarse a través de las dificultades que existen para juzgar su desempeño. Si se las juzga solamente en cuanto a las ganancias, el resultado será parcial pues los beneficios se distribuyen de manera diferente a lo que ocurre en empresas típicamente con fines de lucro. Si se las juzga solamente por su influencia social o política directa, el resultado nuevamente será insuficiente, pues se destinan grandes esfuerzos hacia actividades económicas que tienen efectos políticos y sociales indirectos. Ninguna de estas aproximaciones es capaz, por lo tanto, de abarcar la realidad total de las cooperativas"

Johannes Michelsen

Presentación

Gestionar empresas de economía solidaria requiere un alto grado de conocimientos sobre temas asociados al management de empresas sin fines lucrativos: planeación, reporte de actividades tanto contables como no contables, marketing, creatividad, motivación, liderazgo, estrategia, entre otros. En este apartado se realizará un breve acercamiento a estos temas colocando el acento en la planeación y el reporte social.

Objetivo

Dotar al estudiante de algunas pautas para la administración y gestión de empresas solidarias.

Diagnóstico de entrada

Las siguientes son pautas para la reflexión antes de abordar la lectura del módulo:

- ¿Cuáles es el marco tributario de la empresa solidaria?
- ¿Cómo reportar todas las actividades que realiza la empresa solidaria?
- ¿Cómo planear el desarrollo de la empresa solidaria?
- ¿Es necesario explicitar los proyectos educativos?
- ¿Cuál es la responsabilidad social de una empresa solidaria?

FUNDAMENTOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD APLICADA AL SECTOR SOLIDARIO

La contabilidad es el sistema de información que identifica, cuantifica, clasifica, registra y posteriormente comunica las magnitudes originadas por las transacciones y flujos de entradas y salidas realizadas por las entidades. Su finalidad es elaborar información económico-financiera para que distintos usuarios basen en ella su toma de decisiones (Ortín, 2002).

Como sistema de información, la contabilidad tiene dos grandes radios de acción: el primero se refiere a la contabilidad de costos como sistematización de la información para uso de análisis interno, y el segundo a la contabilidad financiera o analítica como sistematización estándar para analizar la empresa desde el punto de vista externo. En este apartado se desarrolla el análisis de la contabilidad financiera.

La contabilidad financiera o analítica de las empresas solidarias refleja de forma sintética y ordenada los distintos aspectos de las transacciones llevadas a cabo por la empresa con el mundo exterior a través de la periodicidad de cálculo de cuentas, teniendo presente la aplicación de una serie de normas promulgadas por los organismos competentes de control.

De forma general, la recolección y sistematización en la contabilidad financiera da como reporte los resultados y las magnitudes acumuladas al final de un ejercicio económico, determinado regularmente en un año. Los resultados y magnitudes se reportan en tres documentos básicos de información:

- **Balance General:** Es un resumen de todas las actividades que hace la empresa en un año y muestra lo que posee la empresa, lo que debe y lo que tienen depositados sus asociados en aportes, reservas y fondos. En el balance participan tres clases de cuentas que son: Activo, Pasivo y Patrimonio. El activo expresa el valor del conjunto de inversiones que tiene la sociedad. El pasivo presenta información sobre el conjunto de fuentes de financiación que en una fecha concreta están pendientes de devolución; y el patrimonio comprende el capital y el superávit, las donaciones y ayudas propiedad de la empresa. Universalmente, la contabilidad reflejada en el balance general debe reflejar un equilibrio basado en que los activos deben ser iguales al pasivo más el patrimonio, a esto se le denomina Ecuación Patrimonial.

El patrimonio de las empresas de economía solidaria está conformado por los aportes sociales, los fondos y reservas permanentes y las donaciones y auxilios que se reciban para el incremento patrimonial. Es principio de Ley, que ningún asociado de una empresa solidaria podrá tener más de un diez por ciento (10%) de los aportes sociales, ni ninguna persona jurídica más del 49%.

- **Estado de ingresos y egresos –de ganancias y pérdidas-:** expresa los beneficios o pérdidas generadas por la actividad productiva en un período contable, y obtenida mediante la comparación de los flujos de ingresos y costos que han intervenido en su consecución (Ortín, 2002).

Toda compra de bienes y servicios origina un gasto y obliga a un pago; toda incorporación a la actividad de estos bienes y servicios supone un consumo, el cual implica un costo.

Los costos se dividen en costos fijos y variables. Un costo es fijo cuando no se modifica su cuantía al variar el nivel de actividad, permaneciendo éstos constantes como el alquiler de las oficinas, una prima de seguros, entre otros. Un costo es variable cuando se modifica su cuantía al variar el nivel de actividad como por ejemplo los servicios subcontratados.

El volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para compensar los costos y gastos determina el punto de equilibrio contable. En este nivel, al aumentar las ventas se obtiene utilidad; y al bajar se produce pérdida.

- **Cuentas de orden y resultados:** se trata de notas aclaratorias que permiten entender mejor cómo se han elaborado y presentado el balance general y la cuenta de ingresos y egresos.

Como se apuntó, el producto final de todo el proceso contable lo constituyen las cuentas anuales formadas por el balance, la cuenta de ingresos y egresos y las cuentas de orden y resultados. Estas cuentas anuales son de presentación obligatoria, por lo que existe una normativa contable vigente que regula su forma de elaboración y presentación (Ortín, 2002).

El instrumento básico para la elaboración de estas cuentas anuales es el Plan Único de Cuentas –PUC– para la economía solidaria determinada bajo la Resolución 1515 de 2001 y la Circular Básica Financiera²⁸ y Contable 0013 de julio de 2003.

Con la expedición de la Resolución 1230 de Noviembre 3 de 2003, atendiendo lo dispuesto en las Circulares 13 de julio 30 de 2003 y 21 de diciembre 16 de 2003, se amplía el marco de elaboración y presentación de las cuentas de la economía solidaria.

Como corolario, las empresas solidarias deben reportar a la Supersolidaria de manera periódica y a través de un formulario oficial de rendición de cuentas, los estados financieros e informes individuales y detallados en relación con cartera, ahorros, aportes, entre otros (Lemus, 2005).

NOCIONES BÁSICAS DE TRIBUTACIÓN EN EMPRESAS DE ECONOMÍA SOLIDARIA

72

A partir de 1995, con la reforma tributaria, las cooperativas, los organismos de grado superior de carácter financiero, las asociaciones mutualistas, las instituciones auxiliares del cooperativismo, las confederaciones de cooperativas, las cooperativas de trabajo asociado las administraciones públicas cooperativas y otras organizaciones sin ánimo de lucro²⁹, pese a cumplir algunas funciones de competencia del Estado, no gozan por parte de éste de una total exención impositiva, sino que son clasificadas como contribuyentes de régimen especial³⁰.

El régimen especial se da básicamente en cuanto a que éstas pueden optar entre ser contribuyentes a una tarifa única del 20% sobre el beneficio neto o excedente; o ser exentas sí ese 20% como mínimo, tomado de su totalidad del fondo de educación y solidaridad que trata el artículo 54 de la Ley 79 de 1988, se destina a financiar cupos y programas de educación formal. Una destinación diferente hace gravable la totalidad del excedente, sin que sea posible aplicarle descuento o egreso alguno (Dansocial, 2005).

Por su parte, los fondos de empleados son contribuyentes del régimen general de impuestos.

En el cuadro 8, se resumen los impuestos que deben pagar las empresas solidarias, clasificadas según su condición de régimen general o régimen especial.

²⁸ En el anexo se presentan un manual resumido de cuentas del PUC.

²⁹ Corporaciones, Fundaciones, Asociaciones y Juntas de Acción Comunal.

³⁰ Persona jurídica o natural, susceptible de serle aplicada la obligación de tributar.

Cuadro 8. Tributos más importantes del sector solidario³¹

	Régimen General	Régimen Especial
Impuesto sobre la renta	La tarifa del impuesto de renta es del 35%, sí obtienen ingresos generados en actividades industriales, de mercadeo o financieras	La tarifa del impuesto de renta es del 20%. Obtiene la exención con la inversión del 20% del excedente contable, en educación formal.
Impuesto al valor agregado	Los beneficios en materia de IVA se derivan únicamente de la exclusión que haga la norma tributaria del bien o servicio objeto de la actividad comercial	
Impuesto predial	No existe exención	Existe exención para las asociaciones mutuales

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - Cootradian

FUNDAMENTOS DE PLANEACIÓN Y CULTURA ORGANIZACIONAL

“La planificación y la toma estratégica de decisiones, la gestión del personal y el marketing son buenos vehículos ideológicos, mientras que la gestión de producción lo es en mucho menor grado. Por otra parte, la gestión financiera basada en la ganancia como indicador de resultados es sencillamente incompatible con la filosofía de la cooperación y totalmente inadecuada para evaluar el estado de salud de una cooperativa”

Paul Prévost.

73

Al estar presentes en un mundo donde los mercados tienen a eliminar sus fronteras y por ende a generar mayor beneficio a los consumidores mediante la elección de la mejor opción de productos y servicios, la evolución y el desempeño que se ha presentado en las empresas a nivel de competitividad y estrategia, ha ocasionado que pensar en el futuro sea cada vez más importante y relevante para la permanencia y solvencia de cualquier tipo de empresas.

Es tan trascendental dicho cambio, que el pensamiento de competir con calidad o servicio ya no es válido como estrategia de diferenciación como se decía anteriormente; sino una obligación de la que no puede escapar ninguna empresa si desea permanecer en el mercado.

En este contexto, cobra mayor fuerza la necesidad de planificar, de anticipar el futuro y sentar las herramientas necesarias para lograr cumplir con los objetivos, metas e indicadores propuestos a corto, mediano y largo plazo para maximizar el objeto social de la empresa solidaria.

Planificar para el futuro implica ser previsor, por ejemplo al planear las vacaciones de nuestra familia pensamos en que si vamos en invierno se deberá llevar abrigo y que si por el contrario, el viaje se realiza en verano lo mejor será llevar ropa que permita ventilación. Si se desea que en época de vacaciones, todo salga bien, se debe tener claridad sobre cuál es nuestro objetivo, por ejemplo: conocer Europa.

Al tener definido hacia donde vamos (nuestro objetivo), se pueden determinar estrategias, políticas y metas

³¹ No se incluye la Retención en la Fuente (están sometidos a retención en la fuente únicamente los pagos o abonos en cuenta a favor de los contribuyentes con régimen especial, por concepto de rentas provenientes de actividades) pues en rigor, esta se cobra como un anticipo del impuesto de renta para los asalariados declarantes cada vez que estos reciben su pago y es el impuesto mismo para los no declarantes y los empleados independientes.

que permitan que nuestro futuro sea exitoso. Por ejemplo, al definir una fecha para viajar pensamos en la época del año en que puede ser factible comprar los tiquetes a un menor precio y conseguir el hospedaje en un hotel con algún tipo de descuento.

A medida que se utiliza mayor información, será más exitosa la planificación, hasta el punto de pensar en detalles a primera vista irrelevantes, como no olvidar el disco compacto de música de agrado o el paquete de pañuelos mentolados en caso de resfriado.

Así mismo, las empresas deben considerar el tiempo y la etapa de vida en la organización y llegar a optimizar al máximo el manejo de su información en pro de lograr información perfecta tanto de su entorno exterior (políticas de estado, empresas en competencia, proveedores...) como de su entorno interior, respecto al cumplimiento de su misión, visión, filosofía, valores, situación actual, entre otras.

Las organizaciones hacen planeación en tres niveles:

- El nivel de alta dirección o nivel estratégico
- El nivel táctico, administrativo o de los directivos de la línea media.
- El nivel operativo

Siguiendo con el ejemplo vamos a identificar quienes planifican el viaje. El núcleo familiar, integrado en la alta dirección, planifica qué hacer y a dónde ir.

Los padres, en el nivel administrativo, compran los tiquetes, empaican maletas y traducen el interés o problemática de la dirección.

Los hijos, en el nivel operativo, simplemente van de vacaciones, ejecutando la acción de divertirse.

La Previsión

La previsión es un instrumento fundamental de la planeación, ya que a partir de esta se genera información valiosa para dicho proceso. La información proviene de flujos exógenos y endógenos a la empresa.

Los flujos de información exógenos hacen referencia al entorno en general de la empresa. Representa la información interna o externa en la que no podemos influir aún teniendo conocimiento de ella. Por ejemplo: la organización no puede cambiar o modificar una ley de Estado, pero si debe conocerla con el fin de cumplirla a cabalidad.

Los flujos endógenos hacen referencia a información mediante la cual la organización puede influir adaptando sus objetivos a la situación deseada. Por ejemplo: una empresa puede definir como objetivo mejorar el nivel educativo de los empleados para maximizar el nivel de gestión organizacional, para lo cual puede realizar alianzas estratégicas con instituciones educativas para dotar de ciertas herramientas deseadas a sus trabajadores.

Fines y medios de la planeación

Los fines empresariales se reflejan por medio de la visión, la misión, las estrategias, políticas y objetivos, mientras que los medios se ordenan en los programas y presupuestos.

La visión es la formulación explícita del norte que se desea para la empresa en un período determinado. La misión es la formulación explícita del propósito de la organización.

Las estrategias son acciones a realizar para dar soporte al logro de los objetivos de la organización.

Las políticas dan pautas para demarcar decisiones que posiblemente a largo plazo repercutirán favorablemente en el logro de los objetivos. Los objetivos son fines concretos, precisos e inmediatos para la consecución de la política fijada.

Los programas y presupuestos apoyan la consecución de los objetivos y políticas de la organización. Ya que al programar podemos definir los recursos, responsables y tiempos necesarios para lograr un objetivo y realizar un presupuesto nos brindará información acerca de ingresos y gastos de la organización.

Una vez se han definido las pautas filosóficas de la empresa y su quehacer (visión, misión, políticas), se tiene la información necesaria para poder prever y tomar decisiones acertadas en pro de maximizar el objeto social de la empresa solidaria es necesario sentar las áreas de desarrollo que incluye el plan. En la práctica, las áreas de desarrollo son programas y estos se componen de proyectos.

De forma que un plan puede trazar hacia dónde va la cooperativa en un tiempo determinado en una serie de programas que en conjunto forman el objetivo de desarrollo de la empresa. En el caso de la empresa solidaria, la suma de programas corresponde al objeto social de la organización: salud, educación, recreación, ahorros, crédito, vivienda, consumo, producción, etc. Cada uno de estos programas está compuesto de proyectos específicos como proyecto para el impulso del emprendimiento entre los asociados, proyecto para la formación superior en balance social, etc. . .

A modo de ejemplo se ilustra sintéticamente, las orientaciones del plan de desarrollo de la cooperativa multiactiva Socios de Colombia SC.

- Cooperativa Multiactiva Socios de Colombia SC -

Plan de Desarrollo 2006-2010: ¡Hacia la maximización del bienestar social!

Naturaleza y fines de la cooperativa: La cooperativa Socios de Colombia SC, es una comunidad asociativa de extranjeros residentes en Colombia que se han unido de forma voluntaria para desarrollar prácticas en pro del fortalecimiento del capital social, la integración y el diálogo constructivo entre las culturas.

Misión: generar, difundir y aplicar prácticas asociativas que promuevan el diálogo entre culturas y el empoderamiento de los asociados en la sociedad colombiana.

Visión: Socios de Colombia, enfocará todos sus esfuerzos y recursos para lograr ser en el 2015 el líder nacional en la promoción de la multiculturalidad y el intercambio económico con el apoyo de los extranjeros en Colombia y basados en las prácticas de la cooperación, la solidaridad, la tolerancia y la construcción colectiva de capital social.

Estrategia empresarial: realización y financiación de actividades sociales para el intercambio de culturas como festivales gastronómicos, celebración de fechas patrias colombianas bajo preceptos de integración, celebración de días de la multiculturalidad, diálogos de culturas con representantes diplomáticos, entre otros.

Políticas: la cooperativa se financia por medio de la membresía de asociados extranjeros, sus familias y sus Estados, apoya eventos donde se promueva la multiculturalidad y el intercambio comercial entre los países, basando sus actuaciones en prácticas socialmente responsables abiertas a todas las corrientes del pensamiento, a todos los sectores sociales y culturales, siempre y cuando privilegien el valor de la vida por encima de cualquier cosa.

Estrategia 1. Fortalecer la multiculturalidad

Objetivos:

1.1 Consolidar un proceso permanente de articulación entre la Cooperativa, la Sociedad y los Estados alrededor de temas afines al intercambio cultural

Estrategia 2. Fomento al intercambio

Objetivos:

2.1 Estructuración de la red de apoyo a la integración económica internacional
2.2 Promover el intercambio comercial y apoyar iniciativas de intercambio

1.2 Impulsar un debate nacional encaminado a promover la multiculturalidad				
Política 1. Intercambio de culturas financiado por medio de la membresía de asociados extranjeros, sus familias y sus Estados			Política 2. Contribución a la formación de capacidades emprendedoras y de intercambio	
Metas: 1.1.1 Consecución de recursos en Embajadas para la co-financiación de eventos culturales 1.1.2 Estructuración de eventos solidarios para la muestra de culturas y el homenaje al pueblo colombiano como comunidad receptora 1.2.1 Conformación de equipos de asociados para la información sobre la multiculturalidad 1.2.2 Estructuración de un evento cultural de discusión sobre la multiculturalidad y el apoyo de la comunidad extranjera en Colombia			Metas: 2.1.1 Consolidación de consorcios, redes electrónicas y alianzas estratégicas para la integración económica 2.2.1 Crear oficina de apoyo al intercambio comercial 2.2.2 Crear un equipo para el apoyo técnico en la realización de proyectos y planes de negocios	
Programa 1. Impulso a la cultura entre países y promoción del quehacer asociativo en prácticas sociales.			Programa 2. Emprendimiento y Economía	
Proyecto 1: Desarrollo de la Feria Solidaria Cultural y Gastronómica de Extranjeros en Colombia.	Proyecto 2: Desarrollo del Homenaje a Colombia, su gente y su cultura.	Proyecto 3: Desarrollo del Encuentro comunitario de apoyo a colegios en condiciones de vulnerabilidad.	Proyecto 1: Apoyo económico a iniciativas de intercambio comercial.	Proyecto 2: Programa de formación en integración económica.

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria con base al Plan Estratégico de Desarrollo 1999-2003 Universidad Nacional de Colombia

EL PROYECTO EDUCATIVO SOCIOEMPRESARIAL EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

El Proyecto Educativo Socioempresarial –PESEM– se constituye como el eje central del programa de educación de todo plan de desarrollo en las empresas de economía solidaria. En rigor, es un proyecto en el cual se orienta la ejecución del programa de educación del plan de desarrollo, a través de actividades educativas enmarcadas en los ámbitos de investigación, promoción, formación, capacitación y asistencia técnica.

Con el PESEM se busca fortalecer la identidad del asociado con su empresa y brindarles bases pedagógicas y filosóficas para que el asociado pueda participar con conocimientos idóneos de la gestión de su empresa. En este sentido, el PESEM fomenta la aplicación de los valores de solidaridad, cooperación y ayuda mutua, busca consolidar iniciativas empresariales en función del cumplimiento del objeto social de su empresa y sobre todo brinda las pautas para proyectar continuamente el desarrollo de su empresa.

El PESEM se dirige a todos los asociados de las empresas solidarias, sus trabajadores y la comunidad en general. Pero contiene diferentes actividades educativas según los requerimientos de miembros de

diferentes instancias de la empresa. De esta manera el PESEM contempla actividades para miembros de:

- Consejo de Administración y Gerencia
- Órganos de administración, de vigilancia y control
- Empleados y familiares
- Asociados
- Comunidad en general

En el ámbito de la formación, el PESEM propende por el desarrollo del sentido de pertenencia del asociado hacia su organización y al sector de economía solidaria a través del conocimiento de sus deberes y derechos, logrando su propia identidad y el crecimiento como ser humano. En este ámbito se desarrollan cursos de inducción, básicos y avanzados de economía solidaria.

En el ámbito de la promoción, el PESEM fomenta la difusión de la filosofía, los principios y fines de la cooperación, de la ayuda mutua y las bondades socio-empresariales de las empresas solidarias a través de campañas que promuevan el asociativismo. En este ámbito se desarrollan para los asociados y la comunidad en general, talleres de promoción al cooperativismo, juegos que premian la solidaridad, obras de teatro con mensajes cooperativos, programas musicales de promoción solidaria, etc.

En el ámbito de la capacitación, el PESEM busca facilitar el desarrollo de habilidades técnicas para que los asociados, administradores y empleados de las empresas solidarias logren una eficiente y eficaz administración y manejo empresarial. En este ámbito se desarrollan cursos de gestión jurídica especializada, de manejo de redes de información, interpretación y manejo de balances contables y financieros, formulación y evaluación de planes, programas y proyectos, diseño de reportes sociales, motivación y relacionamiento laboral, etc.

En el ámbito de la asistencia técnica, el PESEM contempla la consulta y asesoría con expertos en la gestión solidaria en áreas susceptibles de mejoramiento empresarial, buscando mayores capacidades productivas y el mejoramiento continuo en la prestación eficiente y eficaz de los servicios que ofrece la empresa solidaria. En este ámbito se desarrollan jornadas de asesorías y consultorías especializadas en la gestión empresarial desde el punto de vista técnico, jurídico, ambiental, económico-financiero, contable, de mercado, de promoción y marketing, entre otros.

En el ámbito de la investigación, el PESEM permite ejecutar acciones tendientes a la generación o producción de nuevos conocimientos y tecnologías para la proyección de las empresas solidarias. En este ámbito se desarrollan proyectos y actividades de documentación, se aplican instrumentos como encuestas, cuestionarios, se realizan jornadas de diagnóstico, se analizan casos y tendencias internacionales, se estudian y se hacen aplicaciones teóricas, se hace prospectiva empresarial, se contrastan experiencias, se diseñan modelos a la luz de la evidencia empírica, etc.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS SOLIDARIAS Y SU OBJETO SOCIAL

En el ámbito de la gestión moderna de las empresas, la responsabilidad social es un imperativo para su aceptación institucional. Pero ¿qué es la responsabilidad social, qué implica y cuáles son los límites entre la responsabilidad legal, social, la filantropía y la estrategia?...las anteriores son preguntas aún por responder y sin consenso académico.

El Instituto Ethos de Brasil concibe a la responsabilidad social como la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo. Otros, conciben la responsabilidad social como un compromiso con alguna causa medioambiental, económica o social, como una estrategia de negocios destinada a maximizar la gestión

económica mediante alianzas, consensos y negociaciones o incluso se le concibe en algunas latitudes a actividades filantrópicas destinadas a dotar de marketing social a las empresas o incluso el caso contrario, como obligación de las empresas ante la sociedad.

¿Compromiso, estrategia, capacidad u obligación? aún el debate está abierto. No obstante, lo que para el mundo académico y empresarial ha sido un asunto espinoso, para las empresas solidarias, y en especial para las cooperativas, es un asunto pragmático.

Existe responsabilidad social en las empresas solidarias y ésta, más allá de la definición, está orientada por una pauta sencilla: la responsabilidad social de la empresa solidaria es satisfacer el objeto social por el que fue creada y atender a su lógica empresarial que abarca no sólo los asociados, sino también a los trabajadores, proveedores, familiares, empresas de economía solidaria y la comunidad en general. Al fin y al cabo, estas empresas se rigen por principios y valores que fomentan el espíritu de la cooperación y la ayuda mutua desde el accionar con y para los asociados, hasta el espíritu de sostenibilidad en el ejercicio empresarial y su efecto sobre el ambiente.

De esta manera, la responsabilidad social para las empresas solidarias no es un tema traído de afuera como responsabilidad, obligación, compromiso o estrategia, sino es el hilo conductor de la gestión interna.

¿Qué implica esto? Implica que la empresa solidaria es más eficiente en tanto planifique, coordine, ejecute y controle con criterios claros de responsabilidad social, es decir con sus principios y su lógica socioempresarial.

El cómo hacerlo implica seguir algunas convenciones con respecto, entre otros componentes³²:

1. Protección ambiental
2. Seguridad laboral
3. Derechos humanos
4. Participación comunitaria
5. Estándares de negocio y mercado
6. Desarrollo empresarial y económico
7. Protección de la salud
8. Educación y desarrollo del liderazgo
9. Ayuda en casos de desastres humanos

En el componente de la protección ambiental una buena responsabilización implica, entre otras acciones, adoptar principios de protección del medio ambiente (e incluso estándares como ISO), motivar a sus colaboradores en temas ambientales, propender a minimizar residuos, crear programas de reciclaje, donar excedentes de mobiliarios y equipamientos, realizar una disposición segura de sustancias tóxicas y hacer uso eficaz de energía y agua.

En el componente de seguridad laboral, implica, entre otras acciones, crear y distribuir códigos de buena conducta entre los trabajadores, apoyar nuevas ideas y comentarios, incorpore la diversidad como un valor esencial adoptado por la empresa y evitar lineamientos y prácticas que interfieran entre la familia y el trabajo.

En el componente de derechos humanos, implica, entre otras acciones, escoger proveedores que tengan respeto por los derechos humanos, monitorear el cumplimiento de derechos humanos en la empresa, fomentar la libre asociación y divulgar los derechos humanos.

³² El desarrollo de este apartado se basa fundamentalmente en lecciones de IARSE (2004)

En el componente de la participación ciudadana, implica, entre otras acciones, hacer del compromiso con la comunidad una prioridad de la gestión, invertir en la promoción de la economía solidaria en la comunidad, considerar la vinculación de personas vulnerables.

Con respecto a los estándares de negocio, es necesario desarrollar, entre otras prácticas, instrumentos de información claros, precisos y específicos sobre las referencias comerciales hechas a los productos y servicios de la empresa y promover el uso de productos y servicios con seguridad y responsabilidad.

En el componente del desarrollo empresarial y económico, implica, entre otras acciones, planear adecuadamente las acciones de la empresa y comunicar las mismas a todos los interesados, facilitar por medios electrónicos el acceso a información actualizada del estado de la empresa, realizar convenios que promuevan el desarrollo solidario, evitar incurrir en operaciones altamente riesgosas y realizar estudios previos para cada una de las inversiones a realizar.

En el componente de protección a la salud, implica, entre otras acciones, promover la salud y el bienestar, eliminar el cigarrillo de los ambientes de trabajo, evitar el uso de productos de limpieza tóxicos y fomentar el uso de productos biodegradables y considerar la posibilidad de dar beneficios de salud al personal vinculado. En el componente de la educación y desarrollo de liderazgo, implica, entre otras acciones, promover y recompensar el desarrollo de carreras, de talentos y de acciones voluntarias, ofrecer apoyo a las escuelas locales y hacer donaciones de los equipos y mobiliarios usados en buen estado.

En el componente de ayuda en caso de desastres humanos implica, entre otras acciones, brindar apoyo oportuno en casos de desastres, alentar a trabajadores, asociados y proveedores a contribuir y promover fondos para el apoyo de comunidades vulnerables.

A este nivel, ¿cuáles son los beneficios de emprender acciones de responsabilización?

Inicialmente fortalecer el espíritu empresarial solidario y orientar a la empresa en una adecuada senda de gestión organizacional coherente con las prácticas y políticas de la solidaridad.

Un estudio más detallado revela los siguientes beneficios y costos de eludir la responsabilidad social:

Cuadro 9. Beneficios y costos de eludir la responsabilidad social

BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	COSTOS DE ELUDIR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
Genera ventajas competitivas y diferenciación.	Se incurre en mayores costos de estudios al no conocer las expectativas de los consumidores
Mejora la reputación y el prestigio empresarial.	Aumenta la posibilidad de perder clientes por empresas competidoras que generan mayor confianza.
Permite realizar operaciones más eficientes y un mejor desempeño financiero.	Se pierden socios comerciales que mantengan políticas de responsabilización en sus actividades.
Se logra alinear las expectativas comerciales a las sociales.	Se pierden oportunidades de negocio en mercados poco explotados y se debe intensificar la competencia por precios para ganar espacios de mercado cada vez más competidos.
Aumenta el uso de los bienes y servicios y fomenta la lealtad del asociado.	Se tiende a disminuir la imagen de una empresa competitiva a la luz de nuevas tendencias sociales.
Genera mayor capacidad para atraer y conservar empleados de calidad.	

Facilita la realización de alianzas estratégicas con los proveedores y empresas colaboradoras.	
Crea nuevas oportunidades de negocio.	
Atrae y retiene asociados más conscientes de su accionar.	
Se logra apoyo gubernamental y sectorial.	
Aumenta la confianza y se facilita la capacidad de administrar riesgos, de gobernar y tomar decisiones.	

Fuente: Elaboración Escuela de Economía Solidaria - Cootradian

REPORTEY BALANCE SOCIAL

Una vez que se desarrollan o se planea desarrollar, acciones de responsabilidad social es importante divulgarlas, reportarlas y hacerlas visibles en el día a día de la gestión empresarial.

En este sentido, la responsabilidad social tiene tres momentos de reporte:

- Antes de...
- Durante
- Después de...

Antes de iniciar el desarrollo de acciones de responsabilidad social, se pueden divulgar:

Principios y pautas: tienen la característica de ser esencialmente de carácter prescriptivo e intentan guiar la formulación y eventualmente la implementación de prácticas de responsabilización. Entre los principios y pautas más importantes tenemos:

Pautas en DDHH de Amnistía Internacional: se trata de una serie de pautas en derechos humanos que Amnistía Internacional publicó en 1998, ofreciendo a las compañías un marco básico para desarrollar políticas de los derechos humanos.

Pauta OECD para Multinacionales: se trata de una serie de recomendaciones dadas por los gobiernos a las empresas multinacionales, en las cuales se proporcionan principios voluntarios y estándares de negocio para consolidar relaciones entre las empresas y las sociedades, ayudar a mejorar el clima de la inversión extranjera y contribuir al desarrollo sostenible.

Principios Globales Sullivan: fueron desarrollados en África del Sur para manejar los temas étnicos en las compañías que operaban durante la era del apartheid. En rigor, promueven la justicia económica, social y política de las compañías comerciales con el fin de generar iguales oportunidades laborales con perspectiva de diversidad racial y de género.

Estándares: son lineamientos formalizados y normalizados que, si bien no son obligatorios, adquieren un carácter normativo en la medida en que se extiende su aceptación y adopción voluntaria por parte de las empresas y su exigencia como pauta de comercio internacional. Entre los estándares más importantes tenemos:

ISO: son estándares desarrollados por la organización internacional para la estandarización (ISO), que busca extender pautas para el desempeño administrativo referido a la calidad (ISO 9000), respecto a la gerencia ambiental (ISO 14000) y próximamente referido a la responsabilidad social (ISO 26000).

AA1000: se trata de un estándar de confiabilidad cuyo objetivo es establecer los elementos que deben llenar los informes empresariales para merecer la credibilidad pública. En la práctica es un sistema orientado a procesos que incluye a proveedores, trabajadores, accionistas, acreedores y consumidores.

SA8000: se trata de un sistema de la responsabilidad y un estándar social del lugar de trabajo, producido por Social Accountability internacional para las fábricas textiles y de confecciones poniendo énfasis especial en asuntos laborales y de derechos humanos.

Redes voluntarias y acuerdos: son iniciativas voluntarias que buscan lograr consensos y hacerlos extensibles a todas las empresas. Entre las redes voluntarias y acuerdos más importantes tenemos:

Objetivos del Milenio: se trata de un acuerdo global que fue firmado por 147 jefes de gobiernos del mundo en el año 2000, entre ellos el de Colombia, reafirmando el compromiso de las naciones con el cumplimiento de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y acordando desarrollar políticas para erradicar la pobreza extrema y el hambre, lograr la enseñanza primaria universal, promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer; reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud materna, combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades, garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Libro Verde: se trata de un acuerdo de la Comunidad Europea para estimular el debate sobre el concepto de responsabilidad social de las empresas y definir los medios para desarrollar una asociación con vistas a la instauración de un marco europeo para la promoción de la responsabilidad social.

Códigos de conducta: están constituidos por normas positivas explícitas. Entre los códigos de conducta más importantes tenemos:

ETI (Código Básico Ética Comercial): se trata de una guía para medir las condiciones del empleo y condiciones de trabajo, ligadas directamente a las convenciones de la OIT y a la declaración de la ONU de derechos humanos y de los derechos del niño.

Código combinado del gobierno corporativo (CSR): se trata de una guía general sobre el control interno y la dirección general de una organización para los ejecutivos de las empresas.

Una vez se ha iniciado el desarrollo de acciones de responsabilidad social, se puede monitorear el estado de la responsabilidad social durante el día a día mediante:

El cuadro de mando integrado: se trata de una herramienta que busca maximizar la gestión empresarial mediante un sistema de indicadores que continuamente van mostrando el estado de la gestión de las diferentes áreas empresariales de atención. Aunque formalmente no existe un cuadro de mando estándar para la aplicación de responsabilidad social en la empresa, hay iniciativas que tienden a impulsar mediante consultorías específicas indicadores para la gestión empresarial. Son parte de estas iniciativas:

Sigma Project: se trata de un sistema de monitoreo que proporciona la información de 20 normas estándar, pautas y herramientas que pueden apoyar la aplicación de la responsabilidad social por parte de las empresas. Desarrolla principios y diseña un marco para la gestión empresarial.

Modelo Europeo para la Excelencia de los Negocios: se trata de una herramienta para desarrollar los sistemas de gerencia que permiten a las organizaciones mejorar su nivel de servicio y de procedimientos.

London Benchmarking Group (LBG): define la medida de eficacia y de eficiencia de todos los tipos de actividad de las empresas y su implicación con la comunidad, usando técnicas benchmarking.

Propuesta de cuadro de mando para la responsabilidad social: propuesto en el año 2003 por el coordinador de la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, busca relacionar el buen comportamiento de las organizaciones con el grado de confianza alcanzado por éstas en un cuadro de mando integral.

Después de desarrollar acciones de responsabilidad social, es indispensable reportar el estado de la empresa y el cumplimiento de sus objetivos. Lo anterior puede ser realizado mediante:

Informes de sostenibilidad: son documentos que sustentan los resultados de las prácticas empresariales integrando el área ambiental, económica y social. Se destaca entre los informes de sostenibilidad:

Global Report Initiative: se trata de una iniciativa apoyada por la Organización de las Naciones Unidas que proporciona un marco común para reportar los efectos sociales, ambientales y económicos de las empresas tomando en cuenta a consumidores, proveedores, trabajadores, accionistas, acreedores, la comunidad e incluso los gobiernos. Informes sociales: son instrumentos en los que se registra cualitativamente o cuantitativamente el desempeño social de una empresa durante un periodo determinado. En este sentido, no existe un informe social único y cada empresa lo presenta según sus especificidades.

Balances sociales: son reportes de la responsabilidad social de una empresa válidos para la planeación, organización, dirección, registro, control y evaluación cuantitativa y cualitativa de la gestión empresarial en un periodo dado y con relación a unas metas preestablecidas. Existen una serie de propuestas de balance social, entre las que se destacan:

Balance de Identidad Cooperativa de la Alianza Cooperativa Internacional –ACI-: se trata de una propuesta metodológica e instrumental para medir los beneficios adicionales a los meramente económicos que las cooperativas transfieren a sus grupos de influencia: los asociados, los empleados y la comunidad en su conjunto (Mugarra, 2001, 9). Lo anterior se desarrolla mediante el análisis social de la gestión de las cooperativas, de acuerdo a los principios cooperativos y a través de una matriz de variables e indicadores para cada principio.

Propuesta de la Organización Internacional del Trabajo –OIT-: es un instrumento para la construcción del balance social de las empresas, en la que desarrolla una serie de indicadores para la medición del impacto y cumplimiento de la responsabilidad social sobre la base de los derechos internacionales sobre el trabajo.

Pero, ¿por qué presentar un balance social? Se esgrimen 12 razones para responder lo anterior:

1. Se dan a conocer los objetivos de la empresa, planes, programas y proyectos a fin de dar cumplimiento al objeto social
2. Sirve de herramienta interna de gestión
3. Permite identificar en cuáles áreas se están presentando inconsistencias estatutarias
4. Sirve de herramienta de comprobación de gestión y validación social de actividades
5. Contribuye a impulsar una visión compartida de la empresa
6. Permite conocer los índices de cobertura y calidad de los servicios prestados
7. Permite conocer el cumplimiento de los principios solidarios
8. Fortalece los mecanismos de control por parte del Comité de Control Social y organismos externos

9. Brinda información indispensable para la óptima toma de decisiones
10. Contribuye a asignar los recursos con transparencia, eficiencia, eficacia y equidad
11. Sirve como instrumento de generación de proyectos
12. Sirve como instrumento de marketing positivo o social contribuyendo así al mantenimiento y satisfacción de los asociados

Apuntes finales:

DESAFÍOS EN LA GESTIÓN DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

“Una costumbre no nace de repente, como una revelación súbita, completa y definitiva. El establecimiento de las reglas cooperativas, de la costumbre cooperativa, ha sido como la formación de toda costumbre, obra de tradición y adaptación”
George Fauquet

Cuan deseable es para las empresas solidarias que, en atención a su objeto social y su especificidad empresarial, puedan desarrollar su gestión de forma socialmente responsable.

Pero lo anterior requiere un esfuerzo inmenso, bajo el cual muchos asociados verían con dolor, de forma miope, que la responsabilidad social es costosa socialmente, tiende por si misma a generar procesos de autorregulación y esto, no siempre es bienvenido por asociados inertes al espíritu solidario. En este sentido, preguntarán inmediatamente hasta dónde puede llegar la responsabilidad social de la empresa y a esto subyace la necesidad de determinar cuál es el nivel apropiado de responsabilidad social de las empresas según su tamaño, su localización, su rentabilidad y su proceso productivo. He aquí el primer gran desafío.

¿Cuánto están dispuestos a pagar los asociados y otros grupos de interés por los atributos de la responsabilidad social? En nuestro entender, no existe esfuerzo económico que compense el beneficio de la confianza, la cooperación y la estabilidad de ser dueños de una empresa sostenible.

Otro desafío es el de generar un alto índice social de empresas con responsabilidad social que permita conocer qué aspectos son más valorados por la sociedad y ponderar los esfuerzos en materia de responsabilidad social. Sin duda, lo que se compara y se conoce se puede mejorar. A este desafío se suma la necesidad de establecer un nivel óptimo para la exigencia de reporte y actuación socialmente responsable. No cabe duda que para las empresas solidarias la responsabilidad social no es cuestión de filantropía, voluntariado o compromiso, es una exigencia del quehacer empresarial. Lo anterior implica generar variables e indicadores de reporte estándar e incorporar en el análisis el enfoque de desarrollo de capacidades como modelo de gestión solidaria sostenible.

Finalmente, y aunque el camino es aún largo, como se ve en este documento, las cooperativas son eficientes gracias a su especificidad y su naturaleza y no pese a ello. Es por esto que, el estudio debe ser cada vez mayor conforme crecen estas empresas ávidas de técnicas y aplicaciones basadas en la cooperación y la confianza mutua.

NOTAS BIOGRÁFICAS

CHARLES GIDE

Economista francés, nacido en la ciudad de Uzès en el año de 1.847 y muere en París en 1932. Gide, fue el representante más notable de una corriente de pensamiento cooperativista que daba preeminencia a la organización de los consumidores y que se desarrolló en la denominada Escuela de Nîmes. Gide, es uno de los teóricos del cooperativismo más influyentes y sus teorías han sido seguidas por prominentes teóricos como Fauquet. Entre sus obras destacan Principes d'économie politique (1884), La coopération (1900) y Économie sociale (1905).

ALBERT HIRSCHMAN

Economista alemán, nacido en la ciudad de Berlín en el año de 1.915. Hirschman, es un investigador social que ha desarrollado su análisis en torno a la problemática de los países subdesarrollados, siendo uno de los críticos de la ortodoxia económica más influyentes del siglo pasado y el presente. Sus estudios los ha desarrollado en Colombia, Perú y otros países de Latinoamérica, donde ha vivido de cerca con las comunidades experiencias populares asociativas. Entre sus obras se destacan The Passions and the Interests: Political arguments for capitalism before its triumph (1977), Rival Interpretations of Market Society: Civilizing, destructive or feeble? (1982) y Getting ahead collectively. Grassroots experiences in Latin America (1984).

PETER DRUCKER

Abogado austriaco, nacido en la ciudad de Viena en el año de 1909 y muere en el 2005. Considerado como uno de los autores más importantes en temas de management, Drucker ha sido y es uno de los autores más influyentes del medio empresarial y académico a nivel mundial. Sus trabajos han desarrollado nuevos paradigmas en cuanto a las estructuras organizacionales, los temas de innovación, sociedad de la información y en sus últimos años hacia temas asociados al tercer sector. Entre sus obras se destacan La era de la discontinuidad (1969), La sociedad post-capitalista (1974) y Managing the non-profit organization (1990).

OSCAR BASTIDAS

Administrador y cooperativista venezolano, considerado uno de los investigadores y consultores en temas asociados a la economía social, la responsabilidad social y la gestión cooperativa más importantes de Latinoamérica.

ROLF ESCHENBURG

Economista alemán prominente por sus aportes a la teoría económica de la cooperación y el desarrollo de análisis cooperativos en la Universidad de Münster y en Universidades de Chile, Perú y Colombia (Santo Tomás).

DIETER BENECKE

Economista alemán prominente por el apoyo al estudio de las soluciones cooperativas de mercado. Benecke ha sido investigador de las Universidades de Colonia y Bonn, director de la Fundación Honrad Adenauer en varios países de Latinoamérica. Con sus aportes académicos y su colaboración institucional ha forjado una nueva visión de economía política de la cooperación y la colaboración para el desarrollo.

JOHANNES MICHELSEN

Politólogo danés nacido en 1954, prominente en el campo del análisis de la lógica del accionar cooperativo. En la actualidad es investigador de la University of Southern Denmark y ha sido un prolífico escritor y referente del cooperativismo escandinavo.

PAUL PRÉVOST

Profesor canadiense de la Faculté d'administration de la Université de Sherbrooke. Prévost es un reconocido investigador en el área de desarrollo local, regional, gestión de proyectos y especificidad cooperativa.

GEORGE FAUQUET

Médico francés y estudioso del cooperativismo. Estuvo al servicio de la cooperación en la Organización Internacional del Trabajo. Su libro el sector cooperativo marcó las pautas de un nuevo sector donde las cooperativas tenían posibilidades de desarrollar una economía vigorosa y puso énfasis en la coordinación con el sistema económico privado. Su influencia aún es latente en muchos líderes e intelectuales del cooperativismo mundial.

BIBLIOGRAFÍA

- ACI (2005). Estadísticas del movimiento cooperativo internacional. Recuperado el 30 de marzo de 2006 en www.ica.coop/es/index.html
- Arango, M. (2005). Manual de cooperativismo y economía solidaria. EDUCC: Bogotá D.C.
- Bastidas, O. & Richer, M. (2001). Economía social y economía solidaria: intento de definición. En Cayapa (Revista venezolana de economía social), Año 1 (1), 7-32.
- Bastidas, O. (2006). Especificidad cooperativa canadiense. Asociación venezolana de estudios canadienses. Caracas.
- Benecke, D. (1973). Cooperación y Desarrollo. Universidad Católica de Chile. Santiago.
- Cardozo, H. (2004). Contabilidad de entidades de economía solidaria. Ecoe editores. Bogotá D.C.
- Ciriec. (2000). Economía social y empleo en la Unión Europea. Ciriec. Acción Piloto "Tercer Sistema y Empleo de la Comunidad Europea"
- Confederación de Cooperativas de Colombia. Estadísticas del sector solidario 1997-2005. Recuperado el 30 de noviembre de 2005 en <http://www.portalsolidario.coop>
- _____ (2006). Informe de gestión año 2005. Recuperado el 30 de marzo de 2006 en <http://www.portalsolidario.coop>
- Coraggio, J. (2005). La gente o el capital. Buenos Aires: Espacio editorial.
- Dansocial (2001). Cooperativas. Bogotá D.C.
- _____ (2005). Curso Básico de economía solidaria. Bogotá D.C.
- Defourny, J. (1994). Tres enfoques clásicos de las asociaciones. En Revista de Economía Pública, Social y Cooperativismo, junio 1994 (No. 16), 121-146. Valencia: Ciriec-España.
- Fajardo, M. (2003). Presencia del cooperativismo en Colombia. En Revista Unircoop. Vol.1 (No.2). UniRcoop.
- Fauquet, G. (1962). El sector cooperativo. Editorial Intercoop. Buenos Aires.
- Fogarassy, V.; Urbano, J. (2003). Nivel básico de cooperativismo de trabajo asociado, Outsourcing Asociados S.C., Santafé de Bogotá.
- Gil, M. (2002). La planificación en las organizaciones, Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Gui, B. (1991). The economic rationale for the third sector: Non profit and other noncapitalist organizations. En Annals of public and cooperative economics, Vol.62 (4), 551-572.
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (2004). Curso de Introducción a la Responsabilidad Social para Docentes Universitarios, www.iarse.org
- Laflamme, M. (1990). La gestión moderna de cooperativas. Fondo Nacional Universitario. Bogotá.
- Lemus, M. (2005). La economía solidaria y los fondos de empleados en Colombia. Supersolidaria. Bogotá D.C.
- Mankiw, N. (2002). Principios de economía. McGraw Hill. Madrid.
- Monzón, J. & Defourny, J. (1987). Economía social. Entre economía capitalista y economía pública. Valencia: Ciriec-España.

- Morales, A. (1998). Competencias y valores en las empresas de trabajo asociado. Valencia: Ciriect-España.
- Mugarra, A. (2001). Responsabilidad y Balance Social hoy en día: Un reto para las Cooperativas. En Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, noviembre 2001, (Nº 39), pp. 25-50.
- Ortín, P. (2002). Contabilidad financiera y de gestión para las ESAL, Universitat de Barcelona: Barcelona.
- Pineda, C. y otros (1998): Cooperativismo mundial. Consultamerica. Santafé de Bogotá.
- Pineda, C. (1999). Las empresas de la economía solidaria en Iberoamérica, McGraw Hill, Santafé de Bogotá.
- Ramírez, B (1998). Promoción de la comunidad y organizaciones de la economía solidaria. USTA. Santafé de Bogotá.
- _____ (1989). Teoría y doctrina de la cooperación. Bogotá: Esacoop.
- Ruíz, H. (2004). Cultura y economía solidaria, Catso, Santafé de Bogotá.
- Supersolidaria (2003). Circular Básica Jurídica 0013 de 2003. Bogotá D.C.
- _____ (2006). Aspectos tributarios básicos. Videoconferencias de la Superintendencia. Bogotá D.C.
- Universidad Nacional de Colombia (1999). Plan Estratégico de Desarrollo 1999-2003. Bogotá.
- Uribe, Carlos (2002). Bases del cooperativismo. Fondo Nacional Universitario. Bogotá, D.C.
- _____ (1999). La integración del cooperativismo colombiano. Ponencia en VI Congreso Cooperativo. Confederación de Cooperativas de Colombia.

Diseño e Impresión:



Carrera 25 No. 12-71 • Bogotá, D.C.
Tels.: 408 5468 - 247 4689 - 371 1727
enlacepublicit@yahoo.com • enlacepublicit@hotmail.com



COOTRADIAN

Carrera 23 No. 42-50 • PBX: 340 7199

www.cootradian.com

ESCUELA DE ECONOMÍA SOLIDARIA

Tel. 757 92 84

E-mail: escuelacootradian@gmail.com