

MITOS Y VERDADES SOBRE LAS COOPERATIVAS

En el marco de la Cumbre Cooperativa Internacional de Quebec fueron presentados tres importantes estudios que abordan asuntos de gran actualidad para las cooperativas. (página 6)

CEREMONIA OFICIAL DE CLAUSURA DEL AIC DE NACIONES UNIDAS

En la oportunidad se destacaron los principales resultados de las acciones desarrolladas en el AIC, así como futuras iniciativas que fortalezcan a las cooperativas más allá de 2012. (página 10)

DECLARACIÓN DE LA JUVENTUD COOPERATIVA EN LAS NN UU

El documento presentado en el marco de las actividades de clausura del AIC, servirá de guía para la planificación de proyectos nacionales e internacionales para los próximos 5 años. (página 12)

Sumario

Identidad y Marca Global Cooperativa: principales desafíos y oportunidades p. 3

Mitos y verdades sobre las cooperativas p. 6

Multitudinario evento de cierre del Año Internacional de las Cooperativas en Manchester reunió a delegados de 88 países p. 8

Historias cooperativas de éxito en las Américas p. 9

Naciones Unidas realizó ceremonia oficial de clausura del Año Internacional de las Cooperativas en Nueva York p. 10

Declaración de la Juventud Cooperativa en las Naciones Unidas p. 12

Se realizó la entrega de premios del concurso CoopArte organizado por la ACI p. 13

Reflexiones al cierre del Año Internacional de las Cooperativas p. 14

La Alianza Cooperativa Internacional develó su Plan para una Década Cooperativa p.15

CO-OPERATIVES UNITED

MULTITUDINARIO EVENTO DE CIERRE DEL AIC REUNIÓ A PARTICIPANTES DE 88 PAÍSES EN MANCHESTER

(página 8)



LA ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL DEVELÓ SU PLAN PARA UNA DÉCADA COOPERATIVA

INTEGRACION COOPERATIVA

es una publicación electrónica de la Alianza Cooperativa Internacional para las Américas



communications@aciamericas.coop
Teléfono: + (506) 2296 0981
Fax: + (506) 2231 5842
PO BOX: 6648 -1000
San José, Costa Rica



CAROLYN HOOVER: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DE UNA MARCA GLOBAL - ESTABLECIENDO LA IDENTIDAD GLOBAL COOPERATIVA (página 3)



RAMÓN CORTÉS SÁNCHEZ: MARCA COOPERATIVA GLOBAL, DETONANTE DE OPORTUNIDADES DE DESARROLLO - EL CASO DE ALIANZA (página 4)



Manuel Mariño

Director Regional
de ACI-Américas

El 2012 fue para el movimiento cooperativo un año de mucho trabajo y al mismo tiempo de grandes gratificaciones. Durante el Año Internacional de las Cooperativas (AIC) designado por Naciones Unidas, nuestras organizaciones se mostraron más unidas que nunca. Esto sirvió de impulso para celebrar y transmitir los enormes beneficios que otorga el cooperativismo a más de mil millones de personas en el mundo.

Durante los últimos meses del año, tuvieron lugar eventos mundiales de gran jerarquía con motivo del AIC: la Cumbre Internacional de las Cooperativas 2012, celebrada en Quebec, Canadá del 8 al 10 de octubre, y la conferencia de la ACI “Cooperatives United”, realizada en Manchester, Reino Unido del 30 de octubre al 1 de noviembre, así como la Asamblea General Extraordinaria.

En este nuevo número de Integración Cooperativa los invitamos a acceder a tres importantes estudios que fueron presentados en Quebec, que abordan temáticas como la transparencia en las cooperativas y cómo evitar la corrupción, el impacto del cooperativismo en la agricultura, así como estrategias de crecimiento y desarrollo para el modelo de negocios cooperativo.

En tanto, “Cooperatives United”, realizada en Manchester, permitió darle un cierre de fiesta al Año Internacional. El espacio elegido para lanzar y aprobar el Proyecto para una década cooperativa que será crucial para dirigir el camino de la ACI en los próximos años y por ende del movimiento cooperativo global, fue la Asamblea General Extraordinaria.

Naciones Unidas también celebró el evento de cierre del AIC en Nueva York los días 16 y 17 de noviembre en el que se destacaron los principales resultados de las acciones llevadas a cabo en el año, así como futuras iniciativas que fortalezcan a las cooperativas más allá de 2012. En esa ocasión la juventud cooperativista mundial presentó una declaración en la que buscan promover el empoderamiento de los jóvenes a través de su involucramiento con las cooperativas, a la cual podrán acceder en este boletín.

Estas actividades mundiales se suman a los cientos de iniciativas realizadas por todo el mundo en conmemoración del AIC. En la región de las Américas hubo una gran variedad de actividades, siendo la más importante de ellas la II Cumbre Cooperativa de las Américas celebrada en Panamá en el mes de junio y que logró reunir a más de 1000 personas.

Este es un gran momento para las cooperativas. Pero no podemos permitirnos perder este impulso. Siempre pensamos que la designación de Naciones Unidas marcaría un antes y un después y efectivamente así fue. Desde la ACI-Américas estamos convencidos de que no basta felicitarnos por el trabajo realizado sino comprometernos y comprometer a otros cooperativistas a buscar caminos para mantener estos logros e incluso ir más lejos en nuestros objetivos.

IDENTIDAD Y MARCA GLOBAL COOPERATIVA: PRINCIPALES DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES



La Identidad Cooperativa constituye uno de los cinco ejes de trabajo de la Alianza Cooperativa Internacional para la próxima década, y dentro de este tema se ha discutido la pertinencia o no de una Marca Cooperativa Global. Integración Cooperativa consultó a destacadas personalidades del movimiento cooperativo, de la academia y la comunicación, acerca de su visión sobre estos temas.

En el número anterior les presentamos el punto de vista del Director General de la ACI, Charles Gould; Gianluca Salvatori, Director Ejecutivo del Instituto Europeo de Investigación sobre Cooperativas y Economía Social (Euricse); y Eric de Luca, Gerente del Programa del Año Internacional de las Cooperativas en la Asociación Nacional de Negocios Cooperativos de Estados Unidos (NCBA).

En este nuevo número compartiremos con ustedes el valioso aporte de Ramón Cortés Sánchez de Federación Alianza, México; y Carolyn Hoover, CEO de DotCoop.

ESTABLECIENDO LA IDENTIDAD GLOBAL COOPERATIVA

POR CAROLYN HOOVER, CEO DE .COOP

Con la culminación del Año Internacional de las Cooperativas, resulta interesante mirar los resultados de uno de los principales objetivos del AIC que consistía en educar a las personas alrededor del mundo sobre el modelo de negocios cooperativo y como éste puede ayudar a abordar muchos de los asuntos difíciles que enfrentan las personas hoy en día.

Es claro que las cooperativas han hecho un gran trabajo a través de iniciativas como el *stories.coop* así como muchísimas celebraciones a nivel local, regional y nacional. Pero, ¿qué van a hacer las cooperativas de aquí en más para mantenerse en la mirada de la opinión pública? Comúnmente se dice que las cooperativas son “el secreto mejor guardado” en materia de negocios exitosos, especialmente en la medida en que son exitosas al tiempo que tra-

bajan en solucionar problemas sociales y económicos.

La creación de una identidad cooperativa global o marca en este momento, podría constituir un importantísimo legado para las cooperativas tras el AIC. Dentro de la comunidad cooperativa, somos conscientes de las historias inspiradoras de éxito cooperativo para sus miembros: ayudando a las personas a salir de la pobreza y dando esperanza de un futuro mejor a millones de personas en todo el mundo. Pero en general, aún cuando se da la situación en la que han oído hablar de las cooperativas o quizá son miembros de una cooperativa, no entienden la diferencia entre este modelo y otros modelos empresariales, y cómo esto puede significar una gran diferencia en el impacto en la comunidad de una cooperativa vs. otro tipo de negocios.

Desde mi perspectiva es realmente crucial que cualquier forma de identidad cooperativa global, debe estar presente en Internet. Internet es el “mercado” de hoy, donde las personas intercambian información así como mercaderías y servicios. Si los negocios no se identifican a sí mismos como cooperativas en Internet, entonces las personas no van a tomarlos como tal. Simplemente asumirán que son como las demás formas empresariales que encuentran cuando buscan un *.com* o *.org* o *.br*. El uso del dominio *.coop* es un paso en la construcción de una identidad cooperativa global, tanto para el cooperativismo en general como para las cooperativas a nivel individual.

Muchas cooperativas ya tienen su sitio web, pero cuando usan una variedad de nombres, sin la unidad del *.coop*, resulta difícil conectar a

las cooperativas de un país con las de otro. Tener esta unidad online hace más claro para los gobiernos, individuos y otros negocios que las cooperativas tienen algo especial para ellos.

Esto se reforzará aún más con el nuevo grupo de dominios que estarán uniéndose al .coop en 2013. Con dominios como .green, .movie, .hotel, las personas cada vez más van a comenzar a mirar hacia “lo que está a la derecha del punto” para ver qué tipo de negocios o información están visitando. .coop está pronto para apoyar una acción estratégica hacia una identidad cooperativa global.

Por supuesto, muchos dirán que tener un programa de identidad global o un dominio global como el .coop no significa una gran ventaja para muchas cooperativas que están enfocadas en servir a sus miembros y a su comunidad local. Sin embargo, todas las cooperativas se benefician de estar identificadas como tales y este tipo de identificación por aquellos que aún no son parte de la comunidad cooperativa solo sucede con la exposición repetida a la gran variedad de cooperativas que existen en su comunidad,



así como a nivel regional, nacional y globalmente.

Por lo tanto, ser parte de la identidad global las refuerza sin ninguna acción específica de su parte en el día a día. Esto las ayuda a crecer localmente y apoyar a otras cooperativas alrededor del mundo si participan en la campaña global. Por supuesto, deberá haber un modo central de identificar a las cooperativas, pero ya tenemos eso con los principios y valores cooperativos que son apoyados y promovidos por la ACI. .coop trabaja con ACI en este aspecto de verificación de los dominios .coop y de la misma manera esto puede funcionar para la identidad cooperativa general.

Acomodar todo esto en su lugar, demandará el esfuerzo concertado tanto de la ACI como de sus miembros, así como un programa que deberá ser desarrollado y activamente usado por las cooperativas del mundo. El asunto no solo es “ser” cooperativa sino permitirle a todo el mundo “ver” la cooperativa en términos comerciales y en las acciones para sus asociados.

Este es el momento de asumir este legado y hacerlo realidad. Transformemos el legado de 2012 en una realidad con un verdadero empuje a la identidad cooperativa global en cada nivel y en cada evento, incluyendo a Internet donde el .coop puede guiar el camino.

MARCA COOPERATIVA GLOBAL, DETONANTE DE OPORTUNIDADES DE DESARROLLO: CASO ALIANZA

POR RAMÓN CORTÉS SÁNCHEZ

La Federación ALIANZA y su grupo de afiliadas, a 12 años de la creación de una marca común que ostentan todas sus unidades de negocio, ha ganado la aceptación, respeto y prestigio de una marca. Ramón Cortés gerente de capacitación y educación del grupo Alianza, dijo estar “más convencido que nunca de la vigencia de los valores

y principios cooperativos”. A partir de su propia experiencia en esta organización, reflexiona sobre la pertinencia de generar una marca cooperativa.

LA PRIMERA DIFICULTAD: NOSOTROS MISMOS

La primera dificultad para iniciar el proyecto de una imagen corporativa

global fue el auto convencimiento de atrevernos a hacer algo nuevo, de vencer paradigmas, de sacudirnos de creencias sin sustento. En primera instancia las cooperativas debemos preocuparnos por ofrecer los mejores productos y servicios a los asociados y “vernos bien” frente a la competencia.

La cooperativa debe concebir una

fuerte identidad cooperativa amarrada con un alto sentido de competencia, creer nosotros mismos que en realidad somos la mejor alternativa en beneficio de los miembros sin importar las acostumbradas injusticias comerciales o laborales de otras organizaciones. Rompamos el silencio y demostremos que “somos en realidad las empresas solidarias que podemos y debemos construir un mundo mejor”.

Para competir se requiere una mezcla de mercadeo perfecta: productos y servicios acordes a las necesidades y requerimientos de los asociados, precios competitivos visibles y sin engaños, promociones atractivas para que la comunidad nos prefiera por encima de otros agentes y una IMAGEN que genere confianza entre asociados.



LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE UNA MARCA COMÚN

Poseer una “marca” es un “activo”, propiedad de la organización, al que se le debe invertir para que ésta adquiera un “valor” frente al público, el cual debe ir amarrado con una

estrategia comercial. Tener una marca global conlleva también una serie de responsabilidades. Veamos una tabla que compara las ventajas y responsabilidades que se deben asumir para que la marca adquiera valor:

VENTAJAS	RESPONSABILIDADES
Aumenta la participación de la cooperativa en el mercado.	Invertir en todo aquello que la socialice entre la comunidad y la asocie con virtudes y soluciones. (debe generarse un plan de mercadeo integral)
Incrementa las ventas.	Si la cooperativa solo “se viste bonito” pero no ha logrado evolucionar sus productos y servicios o en su caso crear novedades, será como una silla con tres patas, la marca debe respaldarse congruentemente con el producto y el servicio.
Genera respeto ante las autoridades y la comunidad.	Las cooperativas deben generar un plan de comunicación, iniciando con sus propios empleados, directivos y asociados y continuando con los líderes de opinión, los jóvenes y las autoridades de gobierno, a falta de ello la marca aún no logrará despegar como una estrategia de venta, seguirá siendo una simple imagen distintiva.
Se genera la ventaja competitiva derivada de la integración cooperativa	Debe existir un órgano regulador de la marca, que entre sus funciones esté la supervisión con apego a lo establecido en el manual, la defensa de la legitimidad de uso y que emita recomendaciones que se desprendan de la estrategia comercial, a falta de ello cualquiera podrá utilizarla incrementando los riesgos por su mal uso.
Compromiso con la ética empresarial cooperativa. (transparencia, gobernabilidad, democracia y sanas prácticas)	El uso de una marca global debe estar ligada a la responsabilidad y ética de quienes manejan cada cooperativa, el sistema de control interno y la auditoría reflejarán el apego a una serie de estándares o indicadores de calidad y cumplimiento que derivarán en buena o mala percepción no solo a una unidad, (una cooperativa) sino que impactará positiva o negativamente a todas las unidades homogéneas (cooperativas). Por lo tanto si alguna unidad incumple con éstos principios de buen gobierno, transparencia en la información y sanas prácticas, deberá abandonar el grupo a fin de no perjudicar a las demás.

MITOS Y VERDADES SOBRE LAS COOPERATIVAS



En el marco de la Cumbre Cooperativa Internacional de Quebec fueron presentados tres importantes estudios que abordan asuntos de gran actualidad para las cooperativas, y que aportan conocimiento y una mirada académica acerca de la realidad de este modelo y su impacto en la sociedad.

ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO PARA LAS COOPERATIVAS Y MUTUALES - MCKINSEY & COMPANY

McKinsey & Company lanzó su anunciado informe sobre las cooperativas el 9 de octubre pasado en Quebec donde su director global, Dominic Barton, entregó los resultados. “Ha llegado el momento para que las cooperativas tomen protagonismo”, dijo a la audiencia. Hizo un llamado general para que los negocios cambien del “valor del accionista al valor de todas las partes involucradas” y criticó fuertemente el cortoplacismo del negocio convencional, conducido por la necesidad de producir informes financieros trimestrales para los inversionistas. El “capitalismo trimestral no conduce a buenos resultados. La presión a corto plazo es tóxica”, dijo.

La investigación comienza precisando que las organizaciones cooperativas tienen una presencia económica significativa en el mundo de hoy y sugiere que, luego de la crisis financiera global, existe una verdadera oportunidad para que las cooperativas lleguen a más personas. Dominic Barton identificó la confianza como una ventaja comparativa para el sector. “La confianza en los negocios ha estado en declive desde 1966 (...) Pero cuando se mira la confianza en las cooperativas, se observa que el movimiento ha avanzado en una dirección positiva”, señaló.

El estudio de McKinsey comienza por desafiar la errónea visión de que las cooperativas crecen más lentamente que sus competidores capitalistas. Los datos publicados por la firma sugieren que las tasas de crecimiento son comparables a

las de otras formas de negocio, aunque McKinsey dice que la manera en que se alcanza el crecimiento es diferente, sobretodo porque está centrado en satisfacer las necesidades de sus miembros más que en desarrollar nuevos mercados: “Basados en nuestro análisis, nosotros vemos dos oportunidades primarias de crecimiento para las cooperativas”.

“Primero, las cooperativas deben poner en juego sus fortalezas naturales y continuar buscando aumentar su participación en el mercado brindando una experiencia única a sus miembros y clientes. La otra oportunidad grande de crecimiento para las cooperativas, y probablemente la que tiene mayor potencial, es buscar más activamente oportunidades en mercados adyacentes de crecimiento rápido”, indica el informe.

En cuanto al desempeño organizacional de las cooperativas con relación a otros modelos de negocio, el estudio sugiere que las cooperativas alcanzan éxito en la movilización de los empleados en base a un “sentido de un propósito mayor”, y brinda una serie de datos de los bancos cooperativos norteamericanos que demuestran niveles más altos de la satisfacción de sus clientes comparados con los bancos convencionales. Pero McKinsey también señala que las cooperativas en general sufren cuando se trata de “agilidad organizacional” – o, en otras palabras, que se mueven más lentamente cuando tienen que tratar problemas o enfrentar nuevas oportunidades: “Parte de esto es atribuible a los sistemas menos eficaces de gerenciamiento y en parte es - según nuestras entrevistas - debido al ritmo naturalmente más lento de los procedimientos de toma de decisiones democráticas”, indica el reporte.

Otra demanda es que las cooperativas también se están quedando rezagadas en relación a las empresas tradicionales cuando se trata de encontrar y consolidar el talento humano que necesitan para el éxito. Las cooperativas podrían aprender de sus competidores comerciales en áreas tales como el reclutamiento de personal, ampliar la experiencia del personal con programas de rotación y movilidad de trabajo y extender la experiencia del gerenciamiento por capacitación de directivos. McKinsey elogió la cooperativa belga de seguros P&V, la cooperativa de granjeros de los E.E.U.U. y a Desjardins, “porque son ejemplos de buena práctica en este sentido”.

TRANSPARENCIA INTERNACIONAL LLAMA A Luchar CONTRA LA CORRUPCIÓN DENTRO DE LAS COOPERATIVAS

Huguette Labelle, Presidente del Directorio de Transparencia Internacional Canadá, presentó a los participantes de la Cumbre Internacional los resultados de su investigación en esta materia. Manifestó que los negocios cooperativos no son inmunes a la corrupción y en ese sentido destacó la necesidad de estar atentos a esta problemática.

Según Transparencia Internacional, cerca de \$32 billones podrían estar escondidos en paraísos fiscales en todo el mundo dado que el secreto bancario origina este tipo de situaciones. También habilita la evasión fiscal y conduce a malas prácticas de gerenciamiento, que tienen como resultado los desastres financieros que el mundo ha conocido en los últimos años.

Lebelle sostuvo que las cooperativas deben permanecer vigilantes en sus prácticas para funcionar de acuerdo a sus valores centrales. Para ella, el secreto bancario y la evasión fiscal atentan contra los objetivos de las cooperativas de construir comunidades sustentables, ya que van en contra de la responsabilidad social, que es fundamental dentro del cooperativismo.

Para Huguette Labelle, la gobernanza es esencial. “Un edificio que tiene una estructura sólida y una base sólida logra mantenerse de pie luego de los desastres” explicó. De la misma manera, los valores de una institución determinan sus bases y mecanismos de funciona-

miento. Las cooperativas representan la transparencia, la integridad, la responsabilidad y la inclusión, “valores que aseguran que el modelo cooperativo es el modelo ganador en gobernanza”.

LAS COOPERATIVAS AGRÍCOLAS DEBEN TOMAR RIESGOS PARA PERMANECER COMPETITIVAS

La consultora PwC reveló los resultados de su estudio mundial sobre cooperativas agrícolas y presentó el Global Top 100 de Cooperativas Agrícolas que demuestra el crecimiento del sector y al mismo tiempo los nuevos desafíos.

Además, la investigación enumera los principales asuntos que debe atender el sector agrícola en todo el mundo:

- El continuo crecimiento de la población mundial, que implica que el sector deberá alimentar a 9.000 millones de personas para el año 2050. En tanto, la tierra cultivable está continuamente decreciendo, pasando de 0,53 hectáreas per cápita en 1950 a 0,25 en el año 2000 y previéndose 0,18 para el año 2050.
- El cambio climático, que hace necesario modificar la producción y transformar los procesos
- Los cambios tecnológicos

“Respecto a estos nuevos desafíos económicos, climáticos, sociales y regulatorios, las cooperativas deben tomar riesgos para adaptar sus operaciones y superar a sus competidores, especialmente las compañías privadas”, dijo Yves Pelle, coordinadora del estudio de PwC.

Para obtener el texto completo de un estudio deben escribir al equipo de la Cumbre y especificar el que desean.

MULTITUDINARIO EVENTO DE CIERRE DEL AÑO INTERNACIONAL DE LAS COOPERATIVAS EN MANCHESTER REUNIÓ A DELEGADOS DE 88 PAÍSES



Del 31 de octubre al 2 de noviembre de 2012, 11.800 personas se reunieron para celebrar el final del Año Internacional de las Cooperativas declarado por Naciones Unidas. El evento Cooperatives United World Festival and Expo fue organizado conjuntamente por la Alianza Cooperativa Internacional, The Cooperative Group y Cooperatives UK (Cooperativas Reino Unido) y de acuerdo a las cifras del evento se coronó como el evento cooperativo más grande en varias décadas.

Entre las numerosas actividades que tuvieron lugar cabe destacar la celebración de la Asamblea General Extraordinaria de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), la designación de Rochdale (cerca de Manchester) como Capital Mundial del Cooperativismo, la ACI Expo, la exposición titulada 'Vivir para cooperar' y la presentación del borrador del 'Proyecto para una Década Cooperativa'.

La presidenta de la ACI, Dame Pauline Green, resaltó en este evento de cierre del Año Internacional

de las Cooperativas que la declaración de la ONU ha permitido que las cooperativas de todo el mundo pudieran sensibilizar al público sobre un modelo de negocios centrado en las personas. "Hemos utilizado este año para defender una economía global más diversificada, en respuesta a la crisis financiera internacional y a la falta de confianza del público en la economía quebrada. Queremos poner a la gente en el centro de toma de decisiones económicas y no a su merced".

Por su parte, Len Wardle, Presidente The Cooperative Group con sede en Manchester, dio la bienvenida a los delegados a lo que llamó: "El mayor encuentro de empresas cooperativas de todo el mundo". "Estoy esperando conocer a compañeros cooperativistas de todo el mundo y discutir no sólo el éxito del Año Internacional, sino también cómo construir sobre este éxito para desarrollar y hacer crecer la economía cooperativa durante los próximos diez o veinte años" manifestó.

En tanto, David Button, Presidente de Co-operatives UK, agregó: "Es un momento de orgullo para el sector cooperativo del Reino Unido. La magnitud del movimiento en todo el mundo es impresionante y estoy deseando ver cooperativas de tantos países reunidas. Es la primera vez que tantas cooperativas internacionales se encuentran en el Reino Unido".



COOPERATIVES UNITED EN NÚMEROS

- Participaron 11.800 personas
- De ellos, 900 fueron jóvenes menores de 16 años
- Estuvieron representados 88 países
- Asistieron delegados de 753 cooperativas: 64% del Reino Unido; 12,7% del resto de Europa; 13,5 de Asia Pacífico; 7,3% de las Américas; y 2,3% de África.
- 171 cooperativas exhibieron sus productos y servicios en la ACI Expo
- Colaboraron más de 520 voluntarios

HISTORIAS COOPERATIVAS DE ÉXITO EN LAS AMÉRICAS



El 2012, declarado por Naciones Unidas como Año Internacional de las Cooperativas llegó a su fin. Nos encontramos ante el inicio de una década de crecimiento cooperativo. Es el momento de contar nuestras historias exitosas de cooperación con el poder para influir en las personas y transmitir los valores y principios que hacen especial al modelo de negocios cooperativo.

Es hora que cada cooperativa, en todos los rincones de las Américas, muestren a la opinión pública el poder de la cooperación. Sus historias serán publicadas en el espacio sobre el 2012 en el sitio de ACI-

Américas y ayudarán a mostrar porqué el Año Internacional de las Cooperativas ha sido el punto de partida para una década de crecimiento del sector.

A partir de 2013, estas historias se incluirán en una nueva sección permanente del sitio web que ayudará a difundir experiencias cooperativas exitosas como parte del trabajo de promoción de la Década Cooperativa propuesta por la ACI.

El sitio web ya cuenta con decenas de historias, reflejo de experiencias exitosas de nuestras empresas cooperativas. ¡Ahora es tiempo de publicar sus historias!

Las historias pueden enviarse en formato de video o textos acompañados por fotografías.

¿CÓMO ENVIAR LA INFORMACIÓN?



Historias en video: si el video ya está en línea, envíenos la dirección en la que está publicado. Si no está publicado aún, contáctenos en aic@aciamericas.coop para indicarle cómo enviarlo.

Historias en texto y fotos: envíenos su historia en un documento de texto y agregue al menos 3 fotografías que ilustren la experiencia de su cooperativa.

NACIONES UNIDAS REALIZÓ CEREMONIA OFICIAL DE CLAUSURA DEL AIC EN NUEVA YORK



La Organización de Naciones Unidas realizó un evento de cierre del Año Internacional de las Cooperativas en Nueva York los días 16 y 17 de noviembre. En esa oportunidad, se destacaron los principales resultados de las acciones llevadas a cabo en el año, así como también futuras iniciativas que fortalezcan a las cooperativas más allá de 2012.

El programa del evento contó con una serie de paneles de discusión que abordaron la temática cooperativa y la seguridad alimentaria; cooperativas y juventud; y lineamientos de políticas e investigación. Incluyó también una ceremonia oficial de cierre, informes

de los diferentes comités nacionales y un festival de cortos cinematográficos.

Dame Pauline Green, Presidenta de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), dijo en la ceremonia de cierre que ese día se abría “una nueva era” para las cooperativas.

El Año Internacional de las Cooperativas permitió el surgimiento de una plataforma que redefinió los objetivos y la estrategia del movimiento cooperativo mundial en un plan de acción, un proyecto de crecimiento para el futuro, ratificado por el propio movimiento.

“El Proyecto para la Década de las Cooperativas es un marco que de-

be guiar la ambición del movimiento mundial para posicionar a las cooperativas como empresas sostenibles desde el punto de vista financiero y medioambiental, al cabo de esta década,” declaró el Director General de la ACI, Charles Gould. “Construimos una estrategia mundial que posicione a las cooperativas como el modelo empresarial que registre el crecimiento más rápido al 2020.”

Las cooperativas podrían asimismo desempeñar un protagonismo clave dentro del marco de una estrategia de los organismos multilaterales que tendría como objetivo resolver urgentemente los problemas interrelacionados de la pobre-

za y del hambre, especialmente en África donde el hambre es una tendencia ascendente según el Informe de 2012 publicado por la Organización Mundial de la Agricultura y la Alimentación de las Naciones Unidas (FAO), recordó Dame Pauline Green. La ACI ha venido cooperando con las Naciones Unidas para cumplir con los Objetivos de Desarrollo del Milenio respaldando el desarrollo de las cooperativas en los mercados emergentes con su trabajo político y de base.

Pauline Green puso de manifiesto el papel de las cooperativas en Europa donde han demostrado su voluntad de disminuir sus excedentes para mantener los puestos de trabajo, una opción bien diferente al despido de trabajadores, es decir, la opción del corto plazo asumida por las empresas tradicionales. “El capital humano es el fundamento de cualquier empresa y las cooperativas han dado una prueba abrumadora de esta visión en un entorno económico duro en el que han sabido apostar a sus recursos humanos, afianzando mejor el éxito de la empresa a largo plazo que cualquier excedente de capital financiero”, subrayó la Presidenta. “No cabe duda de que las cooperativas han revelado ser un modelo estable, sostenible, centrado en la persona en una coyuntura económica mundial que resulta ser la más difícil que haya vivido en toda mi vida.”

La presidenta de ACI declaró que una de las iniciativas más salientes del año fue el lanzamiento del Fondo Cooperativo Global, un fondo encaminado a otorgar

préstamos a las cooperativas en los mercados emergentes, sobre todo en el continente africano, para ayudarles a desarrollarse como empresas. El primer préstamo podría concederse durante el primer trimestre de 2013. Los jóvenes que carecen de empleos y de esperanza podrían optar a estos recursos para crear cooperativas para promover una mayor igualdad económica.

“Ban Ki-Moon, Secretario General de las Naciones Unidas, al inicio de la celebración del Año Internacional de las Cooperativas, dijo que las cooperativas han probado que es posible la asociación entre responsabilidad social y via-

“

El capital humano es el fundamento de cualquier empresa y las cooperativas han dado una prueba abrumadora de esta visión en un entorno económico duro en el que han sabido apostar a sus recursos humanos, afianzando mejor el éxito de la empresa a largo plazo que cualquier excedente de capital financiero.

*Dame Pauline Green
Presidenta de ACI*

”

bilidad económica,” agregó Dame Pauline Green.

“Para ilustrar esta afirmación, tomemos el ejemplo de Japón donde la Unión de las Cooperativas de Consumo tienen una empresa muy poderosa, con más de 25 millones de miembros, representando un 35% de las familias japonesas, que han decidido invertir dinero y tiempo en el desarrollo del concepto Sanchoku para una producción alimentaria sostenible.”

“Convencido de las ventajas de una sostenibilidad que se base en la venta directa de los alimentos por el productor al consumidor, Sanchoku se considera como una palanca para acelerar la reactivación económica de la región devastada por el terremoto en el nordeste de Japón en 2011.”

Uno de los programas de desarrollo de las cooperativas que fue de los más exitosos en África es el de las “asociaciones de madres” en Benín, apoyado por USAID y World Education. “En Benín, estas asociaciones cooperativas de mujeres se organizan por sectores, como la agricultura”, precisó la Presidenta de la ACI. “Con los excedentes financieros que generan, sus hijas pueden estudiar. Y estas asociaciones cooperativas sobreviven cuando desaparece la ayuda externa, lo que no es el caso de muchos otros programas.”

Para obtener mayor información sobre las actividades desarrolladas en el marco de la ceremonia de clausura realizada en la sede de la ONU en Nueva York, incluidos vídeos y presentaciones visite este enlace: <http://s.coop/1hxc9>.

DECLARACIÓN DE LA JUVENTUD COOPERATIVA EN LAS NACIONES UNIDAS

En el marco de las actividades de clausura del Año Internacional de las Cooperativas en la sede central de las Naciones Unidas en la ciudad de Nueva York, se aprobó la Declaración de la Juventud Cooperativa Internacional que servirá de guía para la planificación de Proyectos Nacionales e Internacionales para los próximos 5 años.

Al documento original producido por la Mesa de Trabajo de Juventud se le incorporaron aportes sugeridos por técnicos de Naciones Unidas y de la Organización Internacional del Trabajo. Dicha Declaración será presentada por Naciones Unidas a sus estados miembros como documento de base elaborado por las juventudes.

La Declaración establece que las cooperativas permiten a los jóvenes:

- Buscar oportunidades para asegurar y aumentar sus ingresos, cuando están involucrados como empleados o miembros;
- Buscar caminos para el autoempleo productivo a través del cono-

“*..nos comprometemos a alentar a nuestros pares a participar, compartiendo nuestras historias cooperativas con otros y usando nuestras voces para que nuestras cooperativas sean más inclusivas con la juventud ...*”



cimiento y los recursos disponibles y mejorando el acceso a los mercados y recursos productivos;

-Desarrollar una ética del trabajo que está caracterizada por la auto motivación a través de la posibilidad que se brinda a los jóvenes de ser dueños de su propio trabajo;

-Construir confianza en sí mismos a través de la posibilidad de alcanzar logros individuales y colectivos;

-Explorar y dominar varias situaciones de empleo y desarrollar habilidades de solución de problemas que las instituciones de educación formal generalmente no enseñan;

-Adquirir conocimientos generales del trabajo y habilidades profesionales específicas relevantes para futuros empleos;

-Desarrollar redes profesionales dentro y más allá del sector cooperativo; y

-Desarrollar habilidades de lide-

razgo para asumir responsabilidades dentro y más allá del sector cooperativo.

En las conclusiones del documento se establece el compromiso de “continuar aumentando el conocimiento y la toma de conciencia, particularmente entre la gente joven, sobre el potencial existente y futuro de las cooperativas en la sociedad”.

Asimismo, reafirman su compromiso “a tomar un rol activo en la sociedad civil, compartiendo nuestras experiencias con los otros y siendo innovadores y activos en nuestro compromiso por un mundo más justo. Aquellos de nosotros ya involucrados con la comunidad cooperativa, nos comprometemos a alentar a nuestros pares a participar, compartiendo nuestras historias cooperativas con otros y usando nuestras voces para que nuestras cooperativas sean más inclusivas con la juventud y presten mayor atención a los asuntos que preocupan e importan a los jóvenes”.

SE REALIZÓ LA ENTREGA DE PREMIOS DEL CONCURSO COOPARTE ORGANIZADO POR LA ACI

CoopArte fue un concurso de arte diseñado por la ACI para alentar a los jóvenes de entre 16 y 35 años a expresar creativamente sus puntos de vista sobre las cooperativas. CoopArte se estructuró en tres categorías: música, vídeo y fotografía. Luego de un proceso de preselección en el que los trabajos fueron examinados por un prestigioso jurado, los ganadores fueron elegidos mediante el voto popular a través de la web.

José Antonio Chávez Villanueva, Presidente del Comité de Juventud de ACI, dijo que el concurso fue un gran éxito. “Hemos recibido 170 propuestas de 35 países de Asia, África, Américas y Europa en lo que fue el primer concurso de ACI de dimensión global, y 6.450 votos fueron registrados en el sitio web. Debemos continuar trabajando para crear comités a nivel nacional y regional que fomenten y fortalezcan la participación de la juventud en esto y en otros proyectos,” dijo.

Charles Gould, Director General de ACI, habló sobre la alta calidad de los trabajos presentados por los participantes en el concurso, una verdadera representación de la natura-

leza global de la pasión de los jóvenes para el cambio positivo que las cooperativas pueden traer a la sociedad. Gould también agradeció a los patrocinadores del concurso CoopArte-Exprésate: The Cooperative Group, Central Cooperative Union de Bulgaria, S Group Coop de Italia, Cooperative Central Bank de Cyprus, IPACOOOP y Federación De Cajas Populares Alianza de México.

El certamen organizado por la ACI, tuvo su ceremonia de entrega de premios el 31 de octubre durante la Cena Internacional de Premiación, en el marco del gran evento de cierre del Año Internacional de las Cooperativas: Cooperatives United.

Billy Rey Tamio, empleado del gobierno y también fotógrafo independiente de Filipinas, que no pudo asistir a la ceremonia, salió primero en la sección de fotografía Su foto mostraba a algunos miembros de una familia sentados en un campo, en un viejo carro de metal rojo, esperando que el hermano mayor los enganchara en su bicicleta llevándoles hasta su campo. En una entrevista dijo que ellos “estaban muy contentos, a pesar de su condición”.

Francisca Javiera Badilla Castillo de Chile ganó la sección video con su video corto sobre el papel de las cooperativas de ahorro y crédito empoderando a las personas, ayudándoles a comprar casas, ser sus propios jefes y financiando la educación.

Francisca dijo: “Participé en este concurso porque me entusiasma que la juventud esté involucrada con la solidaridad, con las cooperativas y con todo lo que ellas significan. Estoy muy contenta de haber ganado este concurso. Nunca pensé que iba a llegar a esta instancia, pero aquí estoy. Estoy cada día más alegre de ver que la juventud participa y se involucra en proyectos solidarios.”

El cantante y compositor Roberto Morban Ramirez fue el ganador en la categoría de música con su representación lírica de los sentimientos detrás de las cooperativas de jóvenes. Dijo: “Incidir en la juventud es lo mejor que nos puede pasar. Creer en los jóvenes es la mejor oportunidad que nuestra sociedad se puede dar. La República Dominicana cree en el cooperativismo. La República Dominicana cree en los jóvenes”.

GANADORES DEL CONCURSO COOPARTE - EXPRÉSATE!



MÚSICA

Primer premio: Roberto Morban Ramirez (República Dominicana)

Segundo premio: ERHARDT Emily Erhardt (Canadá)

Tercer premio: Francisco Luévano Gutiérrez (México)

FOTOGRAFÍA

Primer premio: Billy Rey Tamio (Filipinas)

Segundo premio: Vijay Singh Rajput (India)

Tercer premio: Sara Sofia Planes (Argentina)

VIDEO

Primer premio: Francisca Javiera Badilla Castillo (Chile)

Segundo premio: Joao Meirinhos (Portugal)

Tercer premio: Armina Natividad (Reino Unido)

REFLEXIONES AL CIERRE DEL AÑO INTERNACIONAL DE LAS COOPERATIVAS

Desde que la ONU declaró 2012 como el Año Internacional de las Cooperativas, miles de cooperativas del mundo entero pusieron manos a la obra para sensibilizar al público sobre la diferencia y ventajas del modelo de negocios cooperativo.

La Presidenta de la Alianza Cooperativa Internacional Dame Pauline Green, celebró la respuesta del movimiento respecto al 2012 Año Internacional de las Cooperativas. El Año Internacional sirvió para poner de manifiesto que la magnitud del movimiento cooperativo en todo el mundo es impresionante. El AIC fue para el movimiento cooperativo todo un éxito, pero el mayor desafío se trata de construir sobre ese éxito para desarrollar y hacer crecer la economía cooperativa durante los próximos diez años.

El Director Regional de ACI-Américas, Manuel Mariño, declaró que “el Año Internacional de las Cooperativas representó una oportunidad histórica para el movimiento cooperativo, pero es sólo el punto de partida para posicionar al sector cooperativo al 2020. Nuestro desafío ahora es trabajar de manera articulada y coordinada, para transformar esta celebración en un evento generador de políticas y programas que potencien aún más el aporte de las cooperativas en materia de combate a la pobreza e inclusión económica y social”.

Shaun Tarbuck, Director Ejecutivo de la Federación Internacional de Cooperativas y Mutuales de Segu-



ros (ICMIF) hizo un balance de los logros obtenidos tras el Año Internacional de las Cooperativas y concluyó que la unión que experimentó el movimiento en 2012 es la clave para soñar con la posibilidad de una década cooperativa.

Durante el AIC se lograron avances significativos en relación con la presencia de las cooperativas en los medios masivos de comunicación. En varios países el sector figuró en programas de radio y televisión, así como en el *Economist* y el *Financial Times* en más de una ocasión.

Como señaló Shaun Tarbuck al realizar un balance sobre el AIC, el otro modo de llegar al público externo al movimiento con el mensaje cooperativo es a través de la validación del quehacer cooperativo por parte de organizaciones empresariales respetadas. En este sentido, las investigaciones presentadas en

Quebec por consultoras reconocidas como McKinsey, A.M. Best, Deloitte, PwC, Ipsos y Willis, junto a los informes académicos de importantes universidades soy una importante herramienta para dar a conocer las ventajas y el aporte del modelo. “Existe ahora una enorme cantidad de datos, investigaciones y libros publicados sobre el modelo empresarial cooperativo, lo cual es un gran logro en sólo un año” indicó Shaun Tarbuck.

Luego de las acciones emprendidas globalmente durante el AIC, se consolidó un movimiento unificado, fortalecido y con un logo y lema reconocidos en el mundo entero. Con base en los logros obtenidos parece ser ahora factible la meta cooperativa establecida al comienzo del año de convertirse en “la forma de negocios en más rápido crecimiento para el año 2020”.

LA ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL DEVELÓ SU PLAN PARA UNA DÉCADA COOPERATIVA

La Alianza Cooperativa Internacional debatió el pasado 31 de octubre en Manchester el borrador de plan para una Década Cooperativa, realizado bajo la orientación de un Grupo de Trabajo sobre Planificación de la propia Alianza. El documento se presentó durante la asamblea general extraordinaria celebrada en el marco del evento Cooperatives United, que sirvió de culminación mundial del Año Internacional de las Cooperativas 2012.

El ambicioso proyecto descrito en este Plan, también conocido como "Desafío 2020", se propone que para dicho año el modelo empresarial cooperativo se haya consolidado como "el líder reconocido de la sostenibilidad económica, social y medioambiental; el modelo preferido por la sociedad, y el tipo de organización empresarial de más rápido crecimiento".

El documento señala que pocas veces los argumentos en favor de las cooperativas se han visto más fuertes que ahora en 2012, pero advierte que "a menos que haya una acción concertada en los próximos años, el momento se perderá. En 2020 tendremos que ser capaces de mirar hacia atrás, al 2012, como un punto de inflexión para el movimiento cooperativo".

En el Plan se afirma que las cooperativas deben alcanzar su potencial en una economía "frágil". Deben mantener su competitividad, mejorar su desempeño, ser innovadoras y mantenerse al tanto respecto a las necesidades emergentes.

"Para promocionar la diversidad, efectividad y versatilidad de su modelo de negocio, las cooperativas deben mantener la cercanía con sus socios e identificar sus necesidades", destaca el documento.

Añade además que las cooperativas deben centrarse aún más en su misión y en sus valores y principios, y comunicar claramente su carácter diferencial respecto al resto de empresas. "También deben unir esfuerzos con otras cooperativas, a través del trabajo en equipo y acuerdos de colaboración".

El borrador admite que en la adaptación a los cambios surgen desafíos en los cuadros directivos y en la capitalización de las cooperativas. "Es por esto que las cooperativas deben mejorar la gestión y la consulta a sus miembros, buscar nuevas herramientas de financiación y mantener un diálogo constructivo con las autoridades nacionales e internacionales", según se expresa en la declaración.

GANAR INFLUENCIA POLÍTICA

Según el documento presentado, "debe también hacerse un esfuerzo para que las cooperativas ganen más influencia política. El modelo de cooperativas ha demostrado su capacidad de ser exitoso, un reconocimiento que le permite intervenir con mayor vigor que nunca en el ámbito internacional. Esta nueva realidad requiere mayor visibilidad para los logros de las cooperativas y sus respuestas originales a los desafíos presentados por el capitalismo".



Con el apoyo de la presidenta, Dame Pauline Green, la colombiana María Eugenia Pérez, directora del Comité de la ACI por la Igualdad de Género, solicitó hacer mayor énfasis en involucrar a las mujeres y a los jóvenes en el Plan.

Asimismo, también en la Asamblea el Director General de la ACI, Charles Gould, lamentó que internacionalmente la eficiencia solo sea tenida en cuenta en términos económicos. Según él, por esta razón las cooperativas no han sido tan reconocidas como un modelo de negocio sostenible: "Esto requiere que se reflexione sobre el significado de crecimiento. Debemos redefinirlo en términos sociales y ambientales, aparte de económicos", manifestó.

El documento argumenta que debido a que las cooperativas colocan las necesidades de las personas por encima del capital, este tipo de empresas tienen una "dimensión ética". Por último, el Plan menciona que las cooperativas muestran una tendencia histórica a resistir a las crisis.

- 1** El lema oficial del **Año Internacional de las Cooperativas**, “**Las empresas cooperativas ayudan a construir un mundo mejor**”, seguirá siendo utilizado por la **Alianza Cooperativa Internacional** más allá del año 2012. La decisión fue adoptada tomando en cuenta los efectos positivos de la adopción, a nivel global, de un mismo mensaje a transmitir por el conjunto del movimiento cooperativo a nivel mundial. En el momento en que se está presentando al mundo el **Plan para una Década Cooperativa**, que pretende convertir al cooperativismo como el de **más rápido crecimiento** entre los diferentes modelos empresariales, la ACI alienta a **adoptar este lema** como un **elemento permanente** en las campañas de marketing y en los materiales promocionales de las cooperativas de todo el planeta.
- 2** La **ICAEXPO 2012**, celebrada en Manchester entre el **31 de octubre y el 2 de noviembre** pasados, en el marco de **Cooperatives United**, fue la **mayor exposición comercial cooperativa de la historia**. Participaron de esta nueva edición de la feria global cooperativa más de **120 cooperativas** provenientes de **35 países**. En el caso de las Américas, expusieron sus productos y servicios cooperativas provenientes de **Brasil, Canadá, Costa Rica y México**. Durante los 3 días del evento, **ICAEXPO** recibió a más de **12.000 visitantes** y fue el escenario para la concreción de oportunidades de negocios para todas las cooperativas expositoras.
- 3** La **Alianza Cooperativa Internacional** adquirió el **dominio .coop** como una forma de consolidar su estrategia digital y buscando un acercamiento a la próxima generación de socios de las cooperativas. La decisión se tomó en ocasión del décimo aniversario del **.coop**. Con esta medida la **Cooperativa Midcounties** del Reino Unido cedió a la ACI la propiedad de su empresa controlada **domains.coop**, responsable de más del **80% de los registros de dominios .coop**, con revendedores en todas las regiones el mundo, así como a la infraestructura técnica constituida para la administración del nombre de dominio exclusivo de las cooperativas.
- 4** La Presidenta de la **Alianza Cooperativa Internacional**, **Dame Pauline Green**, se ha reunido con **Guy Ryder**, nuevo **Director General** de la **Organización Internacional de Trabajo (OIT)** para celebrar la cooperación entre las dos organizaciones. Ambas entidades han trabajado conjuntamente para promover el desarrollo de las cooperativas desde que la creación de OIT en **1919** y se han aliado en **2004** para contribuir al logro de los **Objetivos de Desarrollo del Milenio**. Recientemente, la **OIT** ha publicado una nueva actualización de sus recomendaciones sobre legislación cooperativa, basadas en la **Recomendación 193** sobre la Promoción de Cooperativas.
- 5** La **Alianza Cooperativa Internacional** continúa incrementando su **membresía**. Al finalizar el año 2012 la ACI contaba con **277 organizaciones miembros** provenientes de **98 países**, las que en conjunto reúnen y representan a más de **1.000 millones de cooperativistas** en todo el mundo.

Sus opiniones y sugerencias en relación a esta publicación son muy importantes para nosotros, dado que nuestro propósito principal es elaborar un material enriquecido por los aportes y las apreciaciones de sus lectores.

Envíenos ahora sus comentarios a communications@aciamericas.coop. Muchas gracias!