

5.1. Inteligencia comercial, emprendimiento y cooperativas

Juan Fernando Álvarez Rodríguez



Preámbulo

Los emprendimientos cooperativos tienen características particulares, son una expresión colectiva, por ello no es de extrañar que su orientación tenga fines sociales, pero estos fines, no los exime de desarrollar la inteligencia comercial.

El caso de estudio que se encuentra a continuación, es el de Agrosolidaria en Colombia, concebida como una Comunidad Económica Solidaria de los renglones agroalimentario, artesanal y de ecoturismo comunitario, manejan el término prosumidor mediante una re significación consiente de la producción y del consumo, que da cuenta del circuito económico enmarcado en los principios filosóficos de la socio economía solidaria, la agroecología y el comercio justo campo – ciudad.

Presentación

Es de esperar que el emprendimiento en las cooperativas tenga, por defecto, una particular orientación hacia fines sociales dadas las especificidades que históricamente caracterizan a tales organizaciones. Ello genera una ventaja competitiva que para ser aprovechada es necesario demostrarla. Cuando un líder cooperativo interactúa, debe poner de relieve los resultados organizacionales que se sintonizan con la filosofía cooperativa, ello contribuye a construir confianza rápidamente.

Como las cooperativas se adhieren a unos principios constitutivos que privilegian el ser humano por encima del capital, esto repercute en unas pautas de participación, que no dependen del porcentaje de participación en la propiedad de cada asociado dentro la organización (Álvarez, 2017), sino de la capacidad de los asociados de articular el discurso de la organización de donde proviene con la práctica, la forma más sencilla de lograrlo es por medio de prospectar efectivamente y disfrutar el proceso participativo, de emprendimiento y de gestión de las organizaciones cooperativas.

De manera que cuando una cooperativa desarrolla actividades orientadas a la promoción del emprendimiento, el punto de partida son las necesidades comunes de los asociados, que se satisfacen a través de mecanismos de financiación auto-gestionados, decididos y procurados en alianza con iniciativas de otras organizaciones orientadas a la inversión social, la beneficencia, el voluntariado, la donación, la filantropía y la caridad. Se asume que, con base en estas modalidades de financiación, las cooperativas defienden el concepto de emprendimiento social, cuyas fuentes de financiación proceden de una combinación exitosa de fuentes internas y externas, públicas y privadas, de mercado y de no mercado (Barco, Bodini, Roy y Salvatori, 2019).

Para Austin, Stevenson, H. y Wei-Skillern (2006) el emprendedor social se

diferencia del tradicional en la concepción de los problemas como oportunidades, orientando su misión al valor común; el primero también se diferencia en no perseguir el logro de las remuneraciones competitivas de mercado por sus prácticas de reinversión y por tener problemas para medir el impacto social de su actividad.

La asociación de emprendedores sociales ASHOKA, es quizá el referente más importante en el estudio del emprendedor social, a quien consideran una persona capaz de identificar una oportunidad de negocio que está basada en la resolución de un problema social, a través de una solución innovadora y creativa, apoyada en una muy buena idea y en el desarrollo de un proyecto empresarial (Bergamini, Navarro y López, 2014, 20). Pero a diferencia de ASHOKA el emprendimiento colectivo pone el acento en iniciativas empresariales de carácter colectivo, alejadas de los cánones y la concepción individualista de empresario (Orellano y Martínez, 2013).

Por su parte, para Silva (2017) en las cooperativas aparece una expresión de emprendimiento colectivo, que se constituye a partir de las necesidades de un grupo de personas que se unen para satisfacerlas de forma colectiva. En este tipo de emprendimiento colectivo, el dueño no es uno solo, la propiedad es colectiva, se pretende ofrecer servicios

y mejorar la calidad de vida de las personas, se participa democráticamente de la administración sin importar el capital aportado y no se habla de utilidades sino de excedentes.

Los emprendimientos cooperativos poseen sus características particulares que los diferencian de otras formas, pues son: autogestionarios, sirven a las comunidades menos favorecidas incentivando formas que generen de manera creativa otras fuentes de ingreso para la satisfacción de las necesidades, los emprendedores son a la vez gestores, trabajadores y usuarios de los servicios.

El emprendimiento colectivo es sin duda una expresión solidaria, que busca el bien común de las personas que lo gestan, mientras que los emprendimientos individuales focalizan sus acciones u operaciones a una razón de ser económica, por lo que no poseen una misión social explícita más allá de gestionar un negocio rentable explotando oportunidades de mercado, según lo ilustrado por Moreira y Urriolagoitia (2011).

Veamos un caso donde los gestores de una empresa de comercialización de alimentos orgánicos para consumidores muy especializados, deciden acercar las expectativas y necesidades de productos, consumidores y comercializadores, para crear un emprendimiento colectivo de tipo cooperativo.

Grupos de prosumidores en Agrosolidaria

Agrosolidaria se concibe como una Comunidad Económica Solidaria de los renglones agroalimentario, artesanal y de ecoturismo comunitario, la cual mediante una estructura confederada, integra a pequeños productores, procesadores, distribuidores y consumidores dentro del circuito económico enmarcado en los principios filosóficos de la socio economía solidaria, la agroecología y el comercio justo campo – ciudad (extraído de la página web <http://www.agrosolidaria.org/>).

La experiencia inicia en la década de los noventa, con la asociación para el desarrollo sostenible SEMILLAS, en el municipio de Tibasosa Boyacá, con aproximadamente 20 personas. Su filosofía apuntaba a la transformación de las relaciones económicas en las familias de bajos ingresos y desempleados, a través de un programa socio económico solidario y con énfasis en la temática ambiental. La experiencia se desarrolló bajo los siguientes pilares orientadores:

- **Construcción colectiva de conocimiento:** la generación de conocimiento está asociada a la comprensión de los diferentes procesos socioeconómicos locales, a través de los cuales los actores sociales construyen sus percepciones de la realidad, que es socialmente construida y puede ser socialmente cambiada, cuando cam-
- **Autonomía:** la autonomía implica la auto-institución de la sociedad, así como el cuestionamiento y la interrogación ilimitada de las significaciones y las instituciones, lo que representa la práctica efectiva de la democracia.
- **Interdependencia:** parte de la noción que en la medida en que se conoce y reconoce la interdependencia, hay más espacios para generar unidad.
- **Complementariedad de género:** el derecho no debe negar las diferencias, ni enturbiar las relaciones entre hombres y mujeres.
- **Relevo generacional:** la construcción de una cultura agroecológica y económica solidaria requiere el trabajo educativo con y por muchas generaciones, es por esto vital la vinculación orgánica de los/as herederos/as agro Solidarios/as.
- **Gestión asociada:** se trata de modos específicos de planificación y de gestión realizados en forma compartida entre organizaciones de la sociedad civil y organizaciones estatales en su sentido más amplio. Se trata de participar de forma co-gestionada de la acción de lo público sobre la base de los saberes propios.

bian las percepciones de los actores. La intención del esfuerzo colectivo es comprender para transformar.

En el ámbito de producción, buscan la adaptación de tecnología apropiada a las necesidades, en el ámbito del consumo su re significación mediante la movilización de la noción de un consumidor consciente que procura el re direccionamiento de su poder compra a través del consumo responsable y justo, que valora: los procesos, las intervenciones sociales y económicas que anteceden al producto final.

Estas acciones han sido impulsadas por fondos comunales de microcrédito, don-

de prima la confianza y el control social para la asignación de créditos, por lo tanto estamos ante una experiencia de autogestión de emprendimientos colectivos. Han obtenido recursos de organizaciones nacionales e internacionales, más los informes de montos de emprendimiento no son abiertos por lo que es menester fomentar aspectos relacionados a la transparencia y a la comunicación de resultados en informes de balance social.

Ilustración 1: Registro de comercial de Agrosolidaria



Fuente: Registro Agrosolidaria

Dada la filosofía de Agrosolidaria articulada al enfoque del buen vivir, los emprendimientos asociativos que se desarrollan son de uso y conservación sostenible, que implican el rescate de semillas autóctonas, elaboración sosten-

nible de artesanías, turismo comunitario y la socialización de tecnologías sociales para la siembra y cosecha. Dentro de las falencias de estos emprendimientos, sobresale el incipiente proceso de transformación de sus productos, la falta de

valor agregado y los recurrentes problemas de comercialización.

Podemos afirmar que los elementos clásicos de la inteligencia comercial y el emprendimiento tiene una expresión en la acción cooperativa, por medio del cual logran articular las necesidades y expectativas de los distintos actores por el bien común. Por ello las cooperativas logran inducir cambios en los hábitos

de consumo y producción, influenciar a los demás asociados en la responsabilidad en aspectos tan personales como la salud y la alimentación, como también aspectos que repercuten en el desarrollo organizacional, el empoderamiento y sentido de pertenencia con su cooperativa, hasta aspectos de desarrollo local como la orientación de sus emprendimientos hacia el bien común.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, J. (2017). Economía social y solidaria en el territorio. Cuaderno No. 2 de la Escuela Javeriana de Gobierno y Ética Pública. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Austin, J., Stevenson, H. y Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different or both?, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30 (1), 1-22.
- Barco, S., Bodini, R., Roy, M. y Salvatori, G. (2019). Financial mechanisms for innovative social and solidarity economy ecosystems. Ginebra: International Labour Office.
- Bergamini, T. P., Navarro, C. L. C., y López, Á. R. (2014). Análisis del marco económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países. *CIRIEC-España*, No.80, pp. 5-78.
- Moreira, P. y Urriolagoitia, L. (2011). El emprendimiento social. *Revista Española del Tercer Sector*, N 17, PP 17-40.
- Silva, A. (2017). Factores que explican el éxito de organizaciones de economía solidaria constituidas durante el proceso de los diálogos de paz en Colombia: hallazgos de emprendimiento en el sector cooperativo. Tesis doctoral del doctorado en dirección de empresas de la Universidad de Valencia.