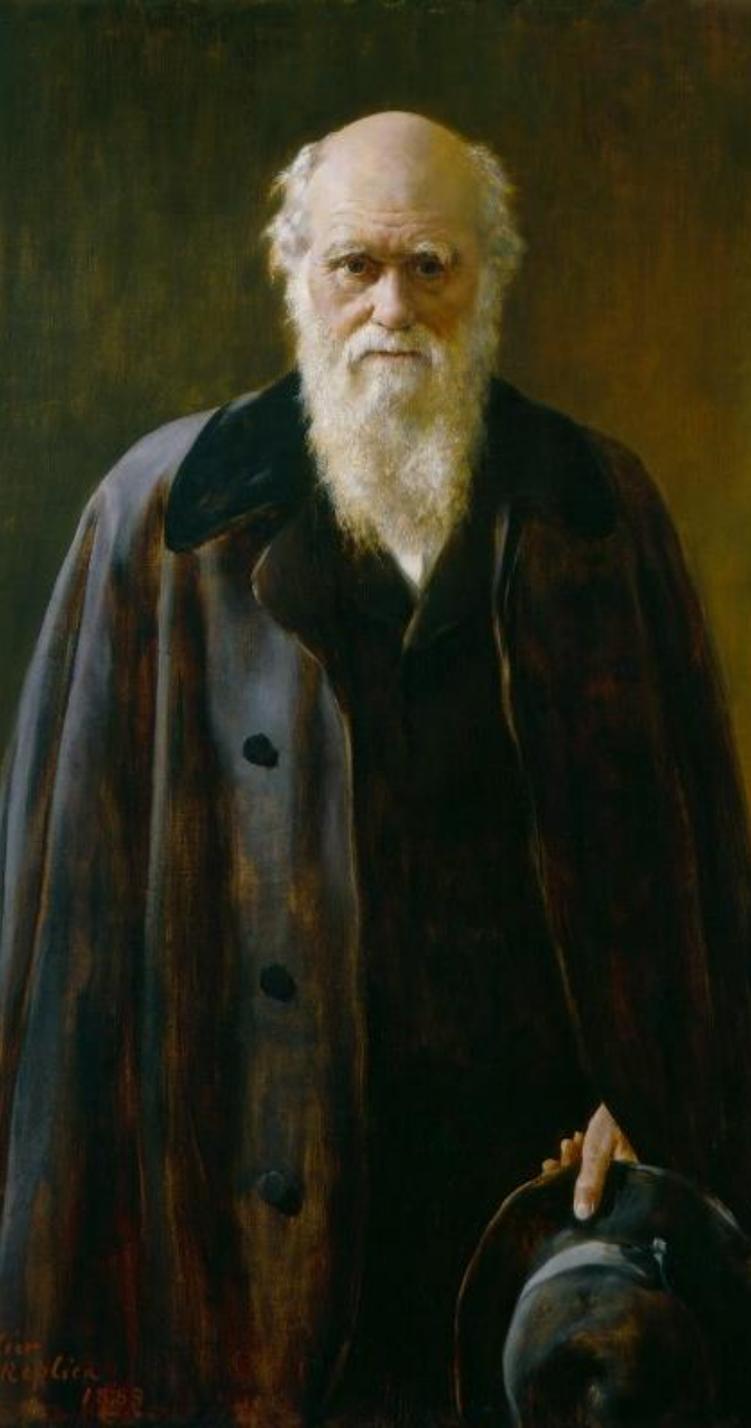




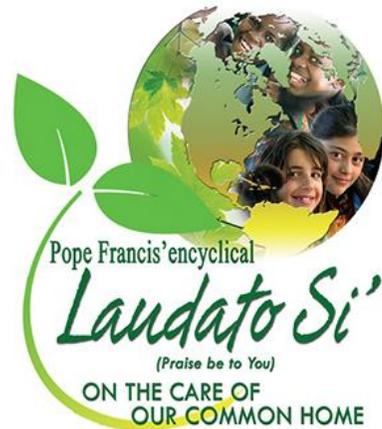
Seminario de Desarrollo Institucional 2019

Identidad cooperativa

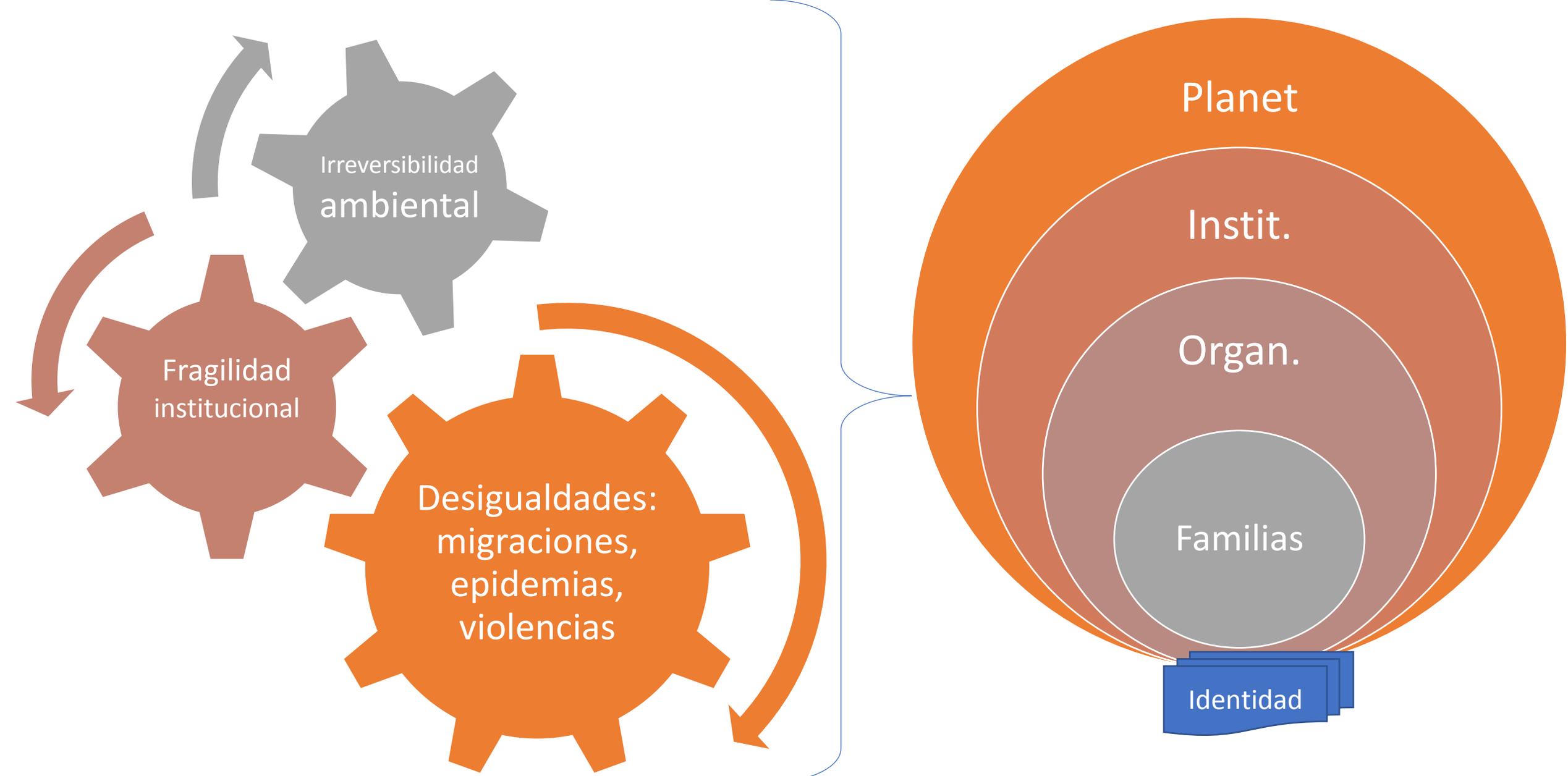
PhD. Juan Fernando Álvarez



Parte I: el contexto donde se asienta la identidad



...toda actividad humana tiene una inspiración filosófica...
Francisco de Paula Jaramillo



La identidad cooperativa como fenómeno microsocia que se ve afectado por dinámicas macrosociales (Quintero y Ramón, 2016)



Las acciones humanas han cambiado la naturaleza de manera alarmante en todo el mundo.

Han alterado severamente:



75%
del ambiente terrestre



40%
del ambiente marino



50%
de los cauces



Las 5 causas principales del deterioro

1



CAMBIOS DEL USO DE SUELO Y MAR
(agricultura, minería, explotación forestal)

5



ESPECIES INVASORAS

2



LA EXPLOTACIÓN DIRECTA DE ORGANISMOS
(pesca y contaminación terrestre)

4



CONTAMINACIÓN

3

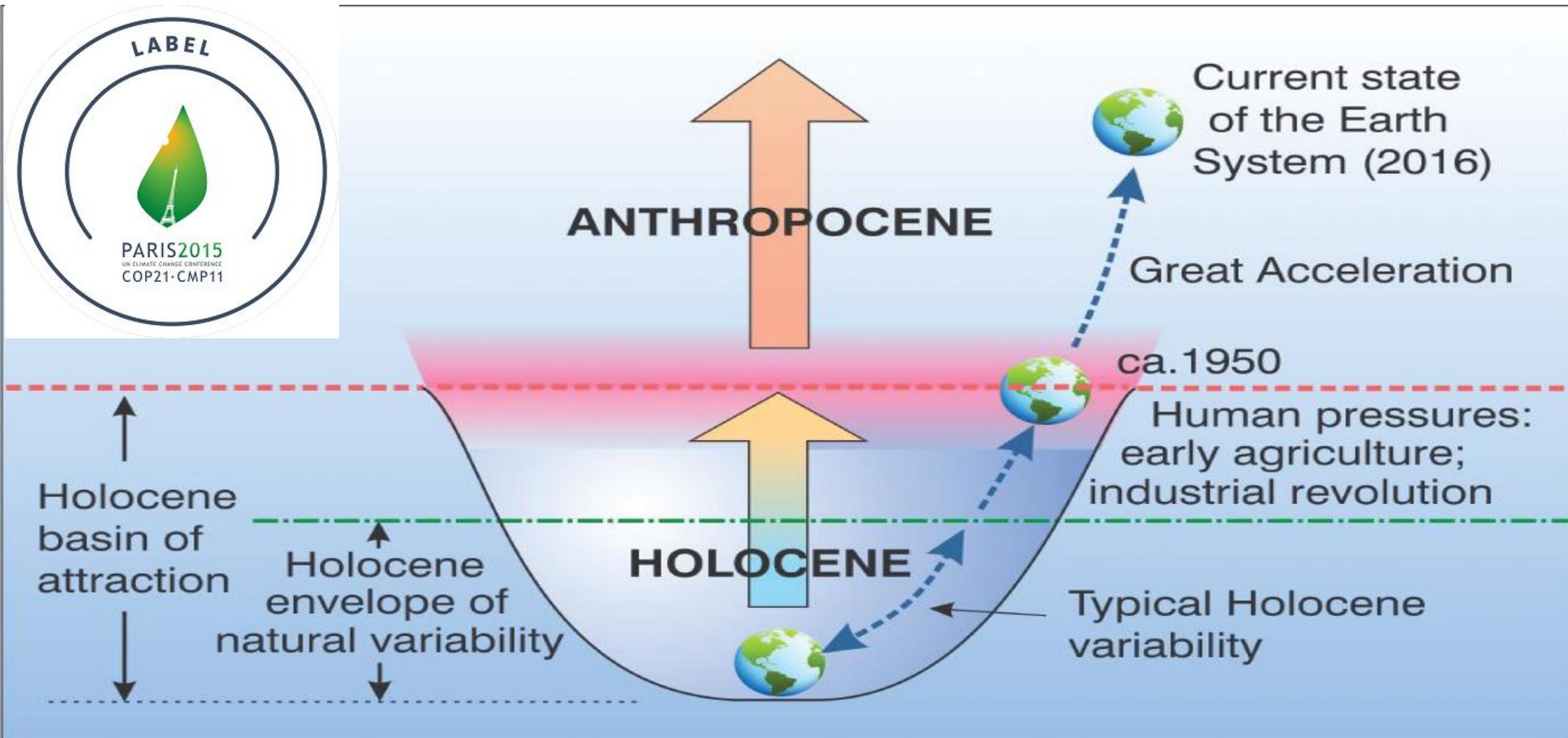


CAMBIO CLIMÁTICO

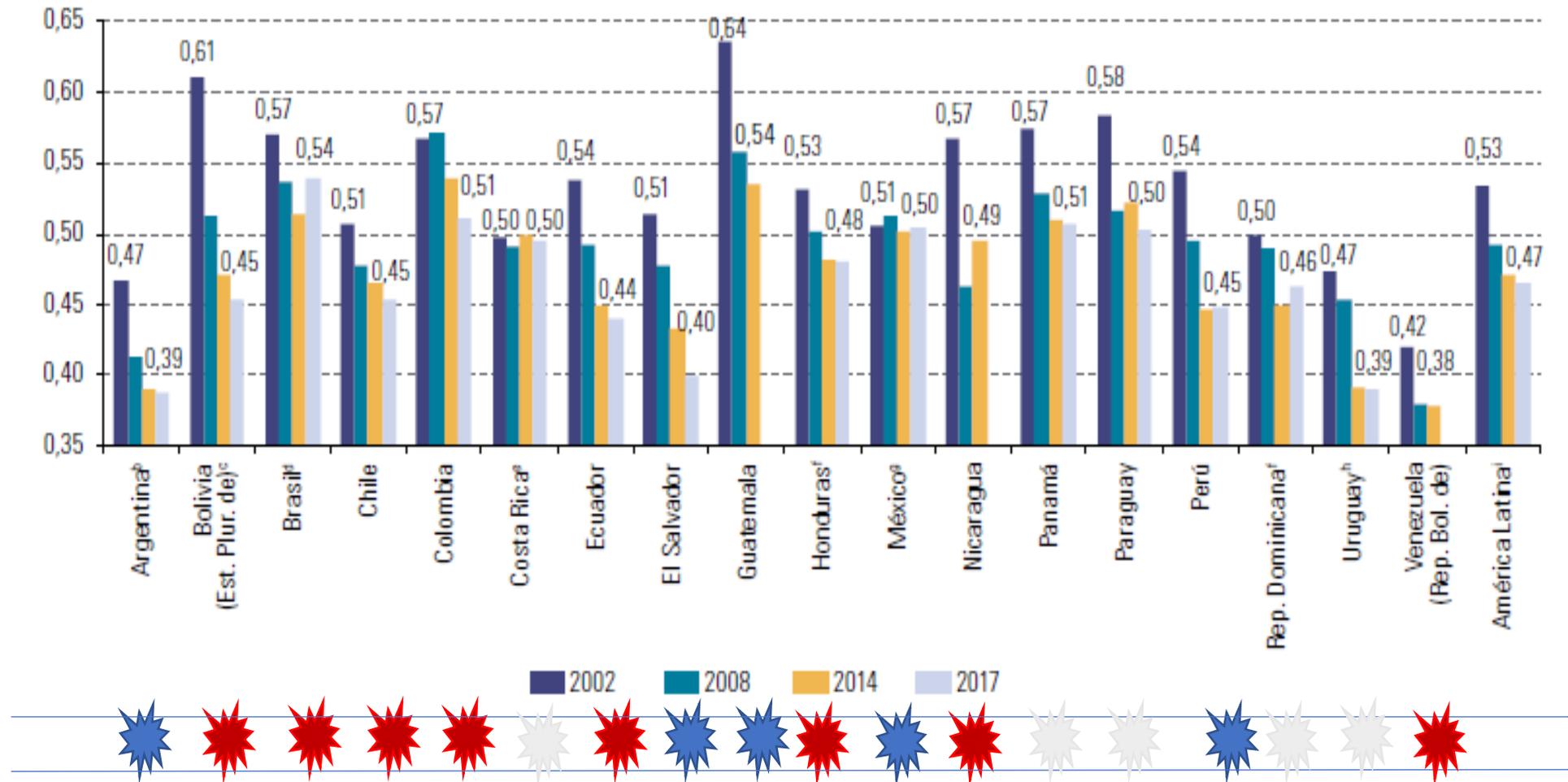


Science and Policy for People and Nature

Stratigraphic and Earth System approaches to defining the Anthropocene

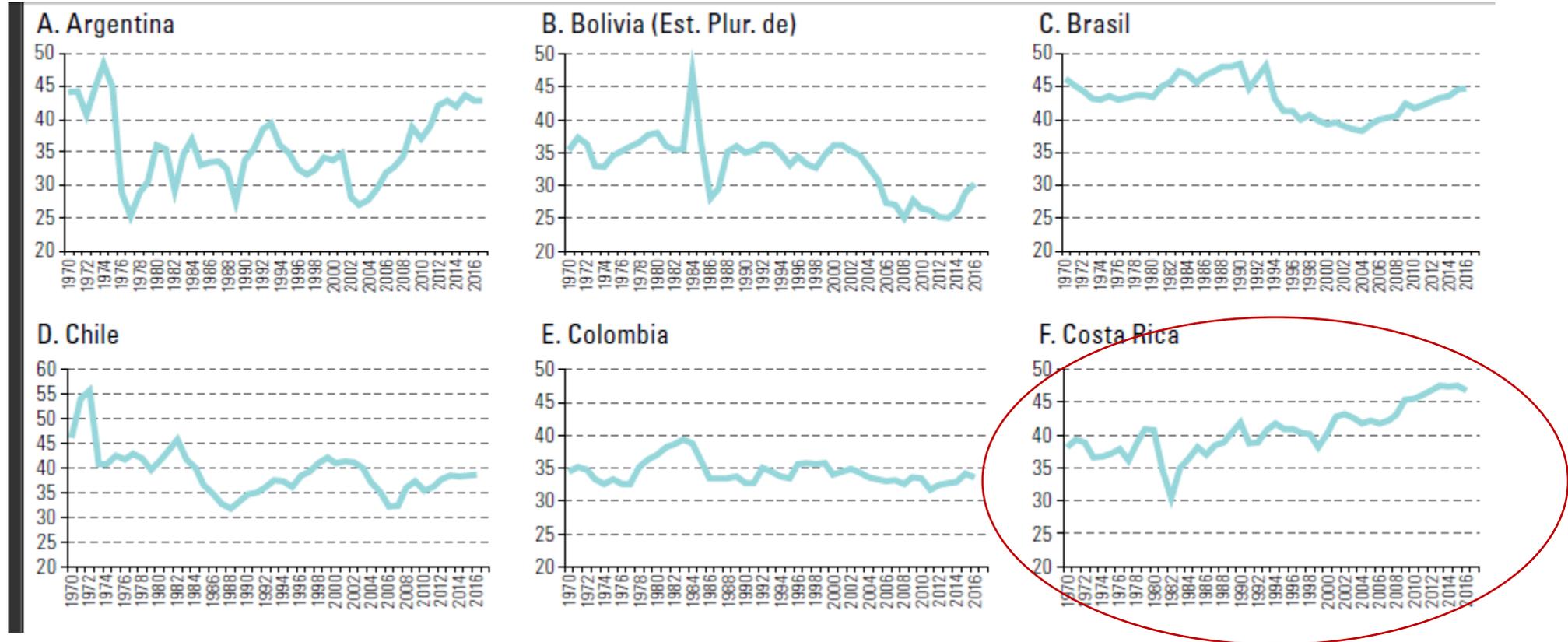


Índice de Gini en AL (2002-2017)



Fuente: CEPAL (2019)

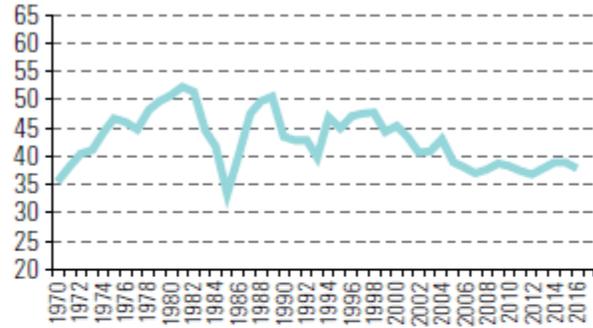
Participación de la remuneración del trabajo asalariado en el PIB en AL (p/mercado serie 1970-2017)



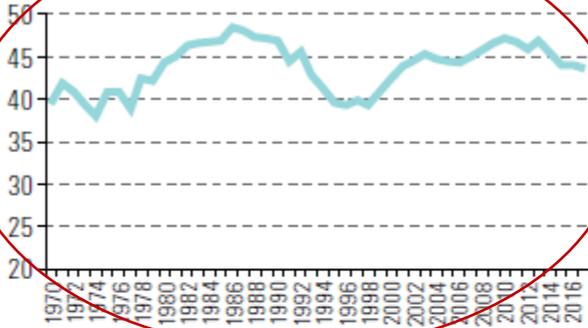
Fuente: CEPAL (2019)

Participación de la remuneración del trabajo asalariado en el PIB en AL (p/mercado serie 1970-2017)

G. El Salvador



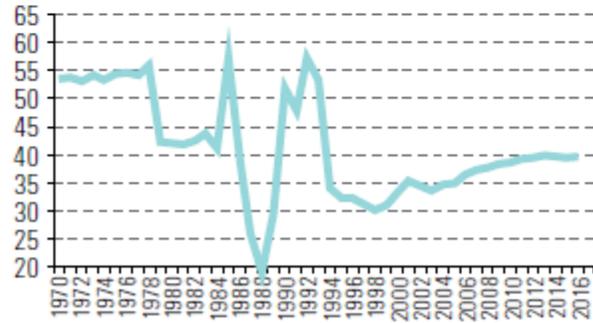
H. Honduras



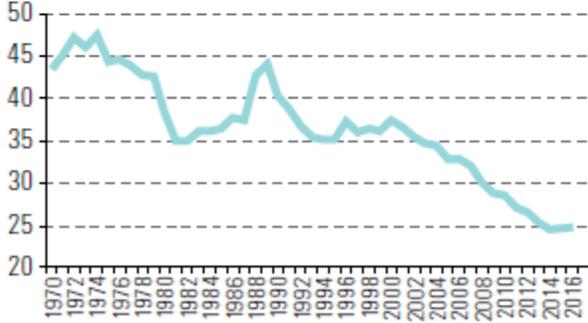
I. México



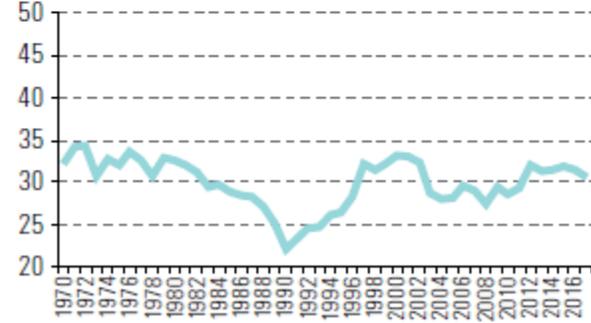
J. Nicaragua



K. Panamá



L. Paraguay



M. Perú



N. Uruguay



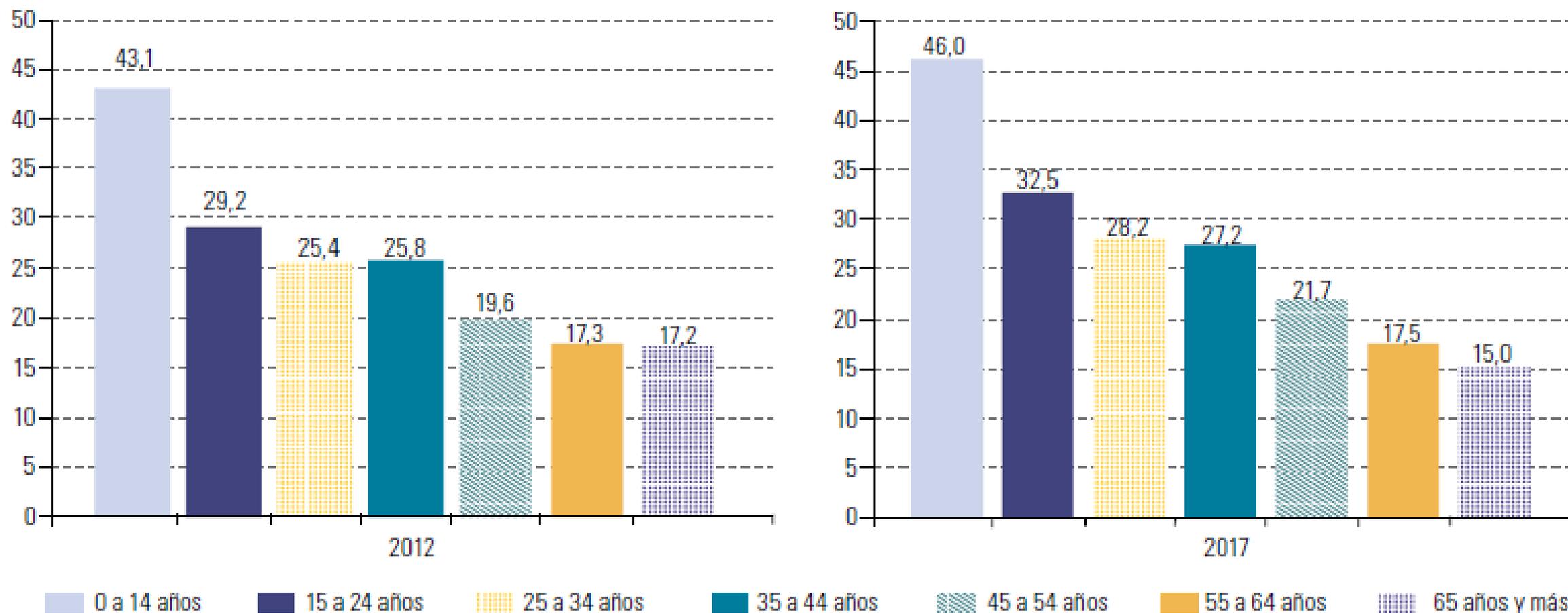
O. Venezuela (Rep. Bol. de)



Fuente: CEPAL (2019)

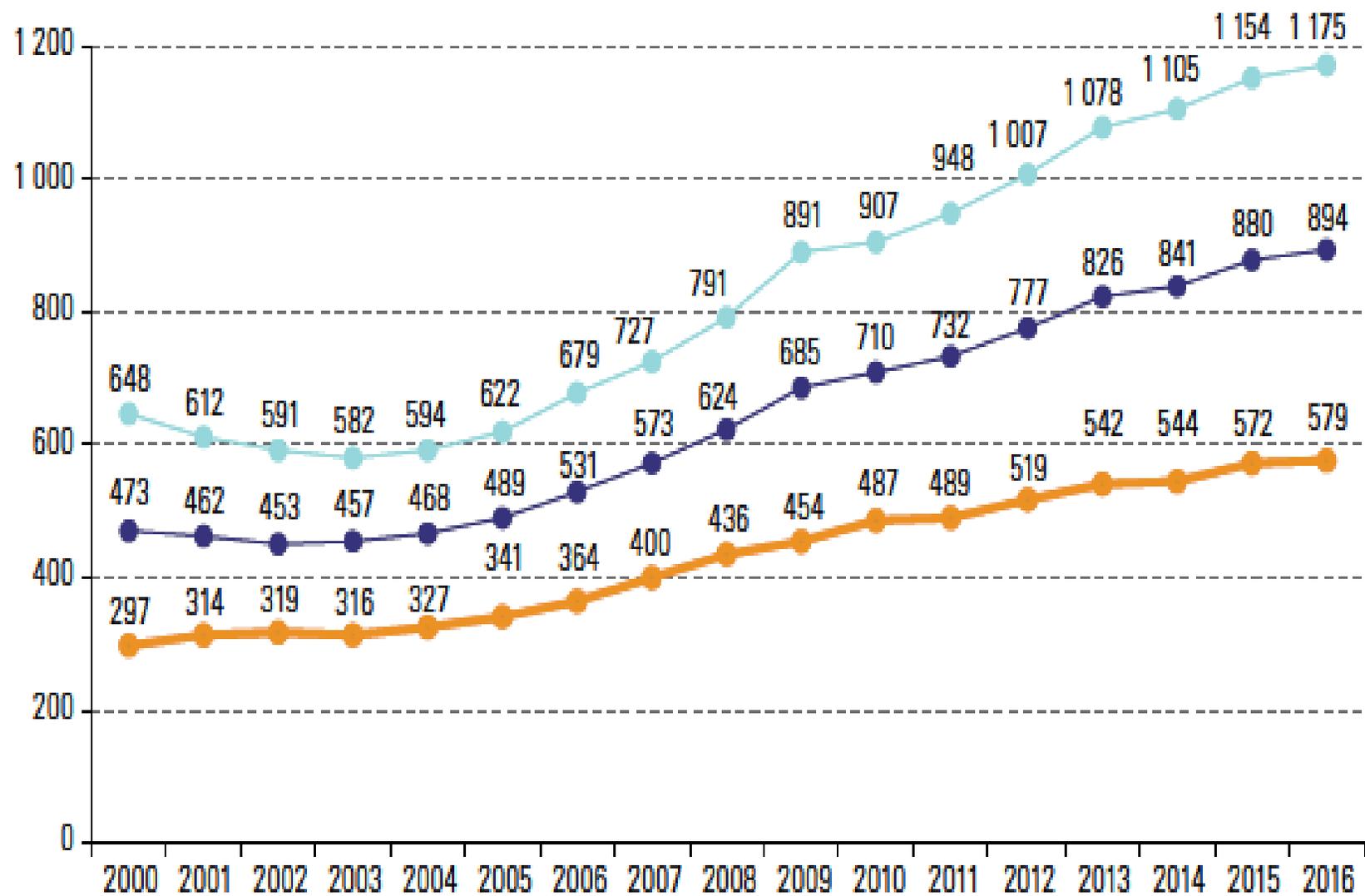
Personas en pobreza por edad y sexo en AL (2002 y 2017)

B. Pobreza



Fuente: CEPAL (2019)

Gasto social per cápita del gobierno central en AL (2010-2016 en USD)



Fuente: CEPAL (2019)

- América del Sur (9 países)
- América Latina (17 países)
- Centroamérica, México y Rep. Dominicana (8 países)

América Latina (AL) en crisis

La combinación de privatizaciones a gran escala con el incremento de la desigualdad de ingresos ha potenciado la concentración de la riqueza (Alvaredo, 2018).

¿Estallidos sociales, cívicos, presión de grupos de poder? Crisis multidimensional donde la desigualdad social es sistémica (Castells, 2019). Ruptura entre gobernantes y gobernados.

Hay la percepción de que las democracias latinoamericanas no representa a sus ciudadanos (Edleman Trust, 2018), pero tampoco instituciones emblemáticas como las corporaciones, la iglesia, las Universidades...

Insatisfacción de las personas que se han formado mejor y que en paralelo tienen que enfrentarse a crisis pensional, laboral, en un contexto donde:

- Persiste la corrupción

- El poder empresarial coopta el mundo político y que genera una crisis de legitimidad





OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO

1 FIN DE LA POBREZA

2 HAMBRE CERO

3 SALUD Y BIENESTAR

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

5 IGUALDAD DE GÉNERO

6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

13 ACCIÓN POR EL CLIMA

14 VIDA SUBMARINA

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS


OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



¿Cuál es la capacidad de adaptación de COOMEVA en este entorno?

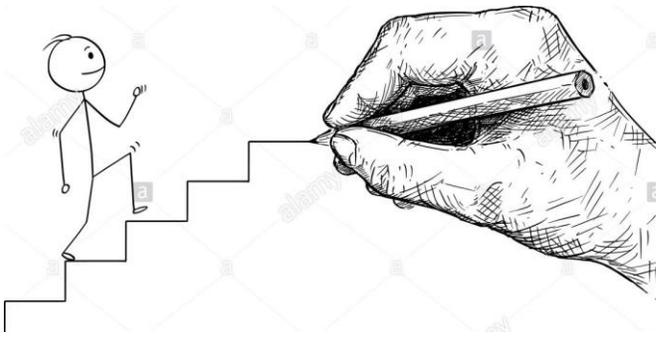
¿Depende ello sólo de decisiones estratégicas que consideran la coyuntura de mercado?

¿Es menester conocer la posición de COOMEVA frente a este entorno?

Parte II: la identidad como concepto



Si se utilizan los términos con sentido diferente, los resultados también lo serán



1) Para la ACI la identidad cooperativa se relaciona con:

- La definición de la cooperativa ⊕
- Los valores que le sirven como disposición ética en un contexto ⊕
- Los principios que operativizan los valores en términos de decisiones

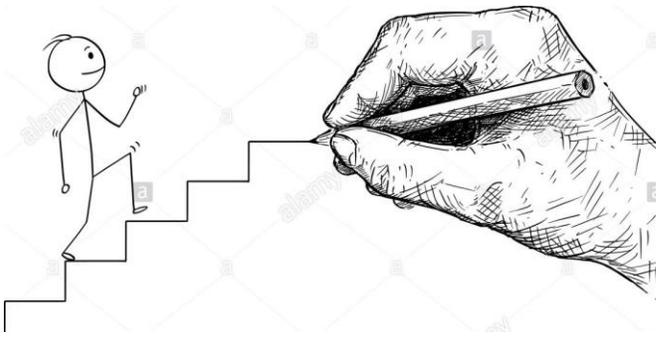
(Watkins, Lars Marcus, Sven-Åke Bööök , Laidlaw, Ian McPherson)

✓ Lo que define (principio de identidad)

✓ sus rasgos particulares (taxonomía de la gestión)

✓ lo que le distingue (no lo que la diferencia)

✓ ¿qué diferencia en el mercado a una empresa de otra? ¿Los precios –damping- o la disposición de las ganancias –lucro-?

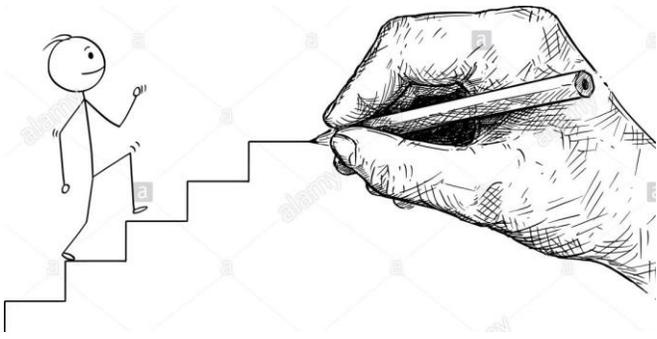


2) Para la escuela francesa la identidad debe generar:

- Un nuevo orden social
- La empresa es empresa en tanto genera cambios y utilidad social
- La implementación de prácticas inspiradas en valores se traducen en una cultura organizacional de donde emanan las respuestas productivas

(Gide, Colombain, Fauquet, Lasserre, Lavergne, Lambert)

- ✓ Define compromisos
- ✓ Cohesiona a los movimientos
- ✓ Produce cambios

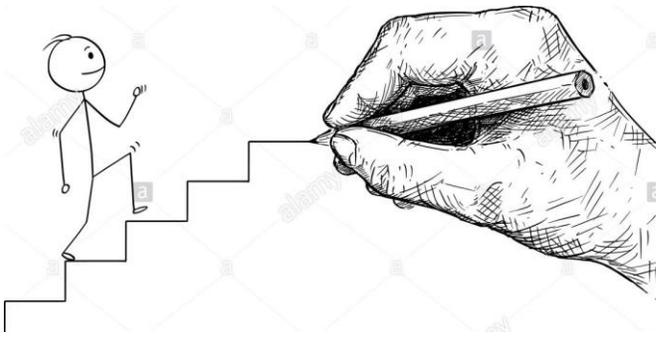


3) Para la escuela alemana la identidad se expresa en:

- Asumir autónomamente los riesgos
- Asumir la responsabilidad de brindar beneficios a sus socios
- El principio de identidad entre los intereses de los socios, los trabajadores, gestores y usuarios

(Eschenburg, Munker, Benecke, Boettcher)

- ✓ Reduce los conflictos entre agentes
- ✓ Incide en una mejora sustancial de la calidad de vida
- ✓ Genera riqueza colectiva

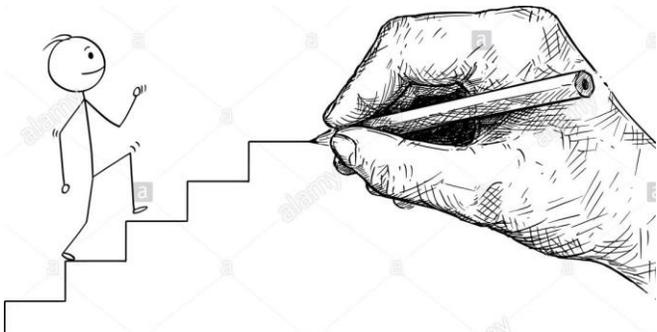


4) El abordaje neoinstitucionalista

- La identidad se expresa en una forma de proceder que se expresa en hábitos y rutinas que generan una especificidad particular (Álvarez & Alarcón).
- Estos hábitos determinan que el beneficio colectivo busque ser maximizado a la vez que visibilizados los valores no económicos que se generan.
- Las organizaciones no pueden reducir su direccionamiento en un encuadre económico, sino que requieren un abordaje ambiental, cultural, social y político que trasciende a la esfera del emprendimiento social.
- Las organizaciones por tanto son ecosistemas híbridos que transforman vidas y territorios.

Elinor Ostrom, Graham, Castells, Moran

√ La identidad produce movimientos, continuas adaptaciones en procura de preservar la vida



5) Otros abordajes: la búsqueda europea de demostrar

- A través de análisis comparativos y contrafactuales de la utilidad social se encuentra que los valores cooperativos impactan en la economía mediante proxis de la cohesión social y territorial:
 - Mejores condiciones de trabajo (OIT, Piketty, Bregman),
 - Especialización productiva (ampliación de capacidades) (PNUD, Sen, Banerjee & Duflo)
 - Arraigo local (ODS)



ANÁLISIS DEL **IMPACTO SOCIOECONÓMICO**
DE LOS VALORES Y PRINCIPIOS
DE LA **ECONOMÍA SOCIAL EN ESPAÑA**

Parte III: la identidad en la práctica

La identidad en el Plan Estratégico de la ACI



**Un camino centrado en las personas para una
segunda década cooperativa
2020-2030**

*Si no abrazamos sinceramente nuestra
identidad cooperativa... nos enfrentaremos
a una crisis existencial que nos impedirá
sobrevivir como cooperativas.*

...las cooperativas no son solo un modelo empresarial, sino también una manifestación de la capacidad de las bases para ***hacer frente a cuestiones sociales y económicas***

- A.1 Reforzar la Declaración de la ACI sobre identidad cooperativa
- A.2 Promover una legislación que proteja la identidad cooperativa
- A.3. Promover la comunicación y una imagen corporativa relacionadas con la identidad
- A4. Promover la educación cooperativa
- A.5 Promover la identidad cooperativa dentro de la agenda política internacional
- A.6 Lanzar una certificación ISO basada en la identidad cooperativa

Imperativos Estratégicos

desafíos principales para lograr el direccionamiento

LO QUE NOS DEFINE

NUESTRA CREENCIA

LO QUE NOS DIFERENCIA

EDUCAMOS

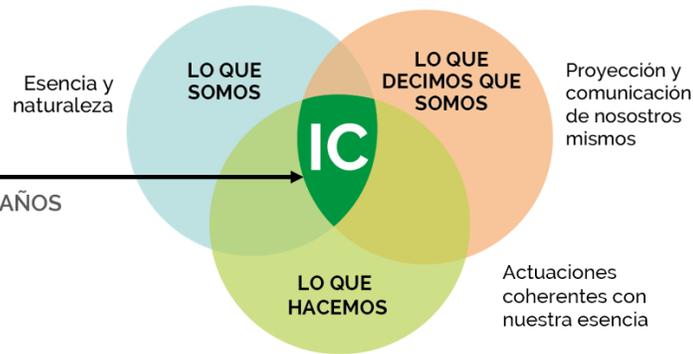
GENERAMOS CULTURA

COMUNICAMOS

FIDELIZAMOS

Plan Estratégico Coomeva PEC 2019-2024

Nuestras acciones son nuestro mensaje cooperativo



- Asociados
- Dirigentes
- Colaboradores
- Directivos
- Proveedores y aliados
- Socios de empresas del Grupo



EDUCAMOS

GENERAMOS CULTURA

COMUNICAMOS

FIDELIZAMOS

1) Transitamos momentos vertiginosos en relación a nuevos escenarios competitivos: *¡precisemos estrategias comerciales basadas en los precios!*

Acción estratégica diferenciadora

- Precios a la baja: es una medida de competencia
- Precios al alza: aprovechan vacíos de mercados
- Precios iguales a los del mercado: genera eficiencia competitiva

Acción estratégica distintiva

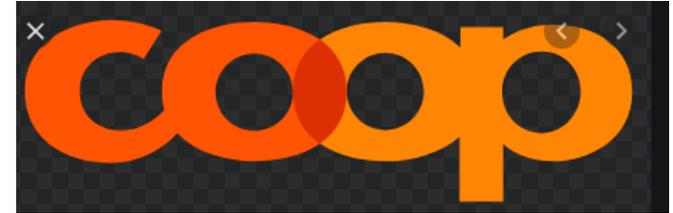
- Precios a la baja: financian grupos más carenciados
- Precios al alza: cierran brechas
- Precios iguales a los del mercado: obliga a brindar atributos adicionales

1) Transitamos momentos vertiginosos en relación a nuevos escenarios competitivos:

¡precisemos estrategias comerciales basadas en demostrar la diferencia!



Versus



Índice Co-op (Hough, 2015)

Cuadro de mando de sostenibilidad de Brown, Hicks y Leclerc (2015)

Cuadro de mando de sostenibilidad cooperativo (Christianson, 2015)

Social Impact Assesment: Social Return on Investment (SROI V.2018)
(Dufour, 2015)

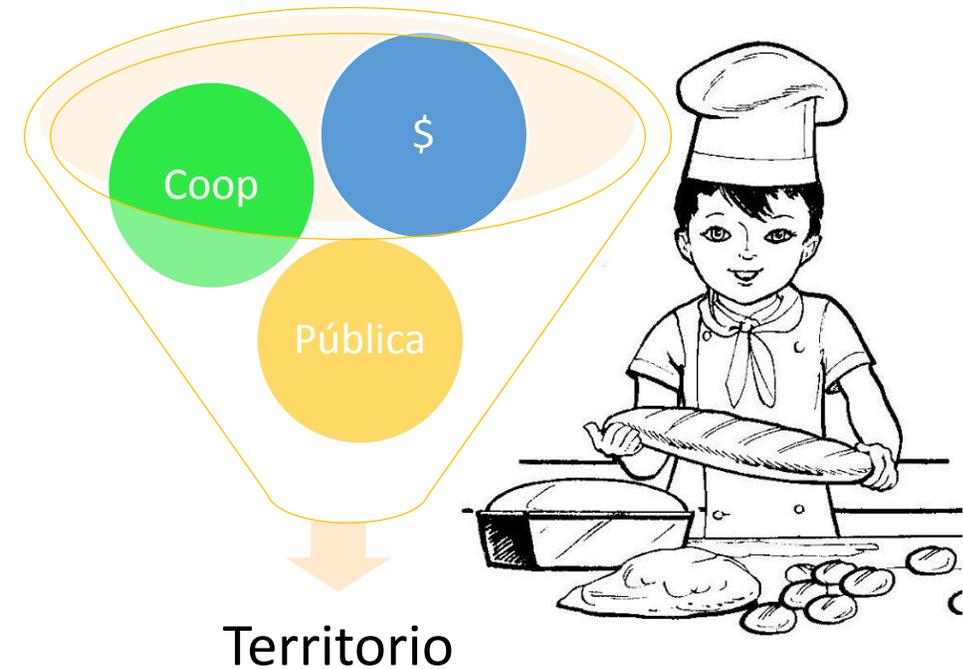
Social Accounting: GRI (V.2018)

World Co-operative Monitor (Duguid, 2017)

Enfoque holístico de valor (Blended Value Accounting): ODS

Sin identidad diferencia, no distingue...

2) La cooperativa aporta a los ODS como respuesta a sus compromisos *¡busquemos coherencia para generar más y mejores resultados!*



Max UNT

Estados financieros

Innovación: busca generar diferenciación competitiva

Max UN p/c

Balance social

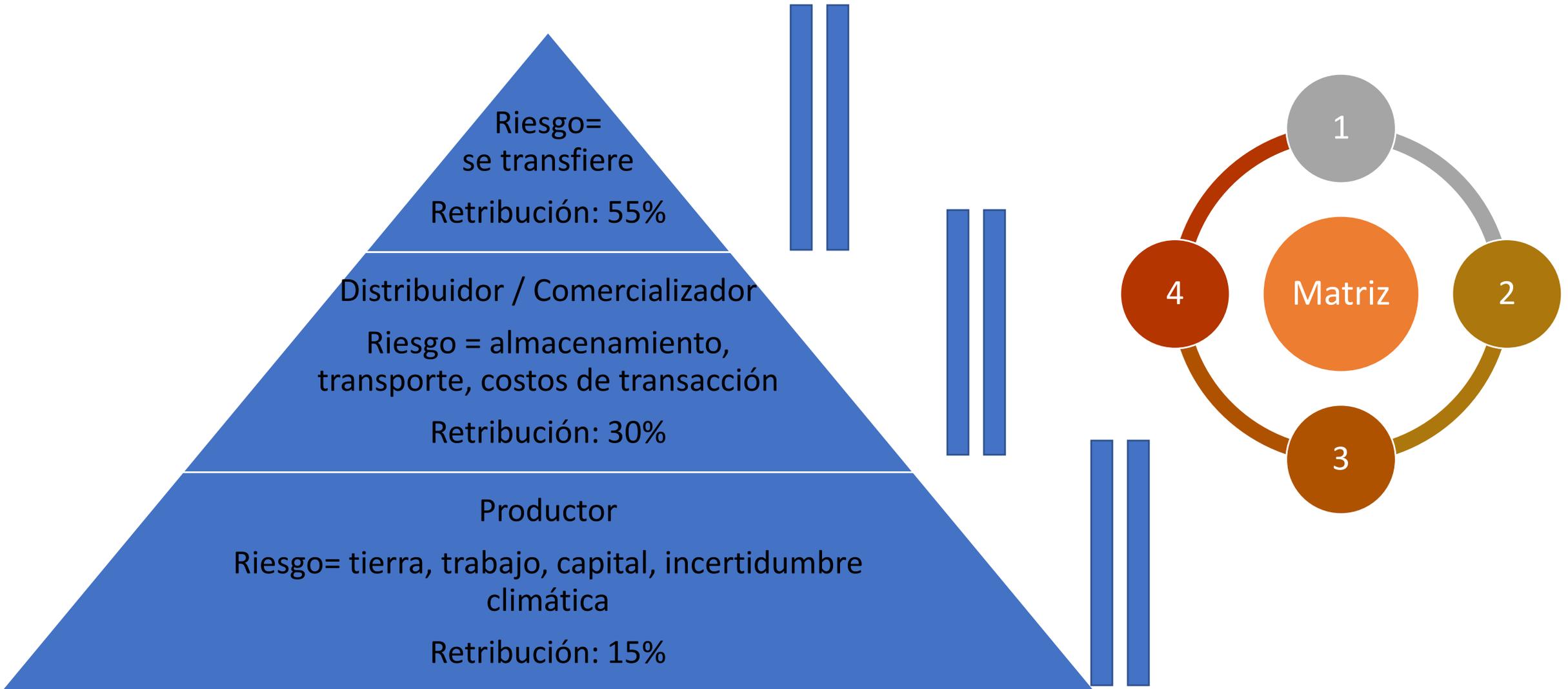
Innovación: valorizar, preservar tradición

Max B3ros

Informes de C/Efic.

Innovación: eficiencia en la universalización de servicios

3) La cooperativa produce riqueza para sus socios *¡procuremos más y disminuyamos brechas!*



Parte II: temáticas que deben ser abordadas desde la identidad

Diagnóstico de la identidad cooperativa en Colombia
(Quintero & Ramón, 2016; Álvarez, 2016)

- Las cooperativas se ven obligadas a negociar aspectos de su identidad para poder posicionarse en el mercado.
- Se utilizan estrategias de invisibilización, produciendo
 - *incapacidad para co-construir políticas públicas
 - *las cooperativas en busca de competitividad terminan asimilando y comparándose con las capitalista
 - *Esto se profundiza cuanto más grande es la cooperativa

Desmutualización, desnaturalización o isomorfismo: la pérdida de la especificidad cooperativa por la preeminencia de los criterios empresariales

Vaciamiento asociativo: el aumento progresivo de costos para satisfacer el objeto social por la pérdida de balance entre asociados cotizantes y asociados beneficiarios

Vulnerabilidad socioeconómica: aumento de costos de mantenimiento de asociados pues éstos no reconocen lo que distingue la opción moral por tomar un servicio en una cooperativo o en una empresa capitalista

Estrategias comerciales basadas en la profundización de la identidad cooperativa



Bibliografía

- ACI (2019). Un camino centrado en las personas para una segunda década cooperativa 2020-2030. Bruselas: ACI.
- Álvarez, J., Marcuello, C., Morais, L., Radrigán, M., De Sá, J. (2019). 3er anuario de economía social en Iberoamérica. Valencia: CIRIEC-España.
- Alvaredo, F., Chancel, L., Piketty, T., Saez, T., Zucman, G. (2018). Informe sobre la desigualdad global. World Inequality Lab. Disponible en www.wid.world/team
- Castells, Manuel (2019). Conferencia: *Explosiones sociales: una visión global*. Valparaíso: Centro de Estudios Públicos.
- Castells, Manuel (2017). Otra economía es posible. Madrid: Alianza Editorial.
- García Müller, Alberto (2019). Instituciones de derecho cooperativo, mutual y solidario: Bogotá: CIRIEC Colombia.
- Max-Neef, Manfred (2007). La dimensión perdida. Montevideo: Nordan.
- Martínez, María; Castro, Belén; Sánchez, Rosa y De Diego, Paula (2019). *Análisis del impacto socioeconómico de los valores y principios de la economía social en España*. Madrid: CEPES.
- Mintzberg, Henry (2017). La sociedad frente a las grandes corporaciones. Barcelona: Libros de cabecera.
- Olin, Erik (2010). Construyendo utopías reales. Madrid: Akal editores.
- Quintero, Luz y Ramón Mónica (2016). La identidad cooperativa en el contexto neoliberal: tensiones enfrentadas por las cooperativas en Colombia. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana
- Sanchis, Joan et.al. (2019). El modelo de la economía del bien común: aplicación a la empresa/organización y casos prácticos. Valencia: Delta Publicaciones.
- Steffen, W. et al. (2016), Stratigraphic and Earth System approaches to defining the Anthropocene, *Earth's Future*, 4, 324–345, doi:10.1002/2016EF000379
- Uribe, Carlos (2002). Bases del cooperativismo. Bogotá: Fondo Nacional Universitario.