

organización y gestión del establecimiento, cambios en la organización y administración del proceso productivo o incorporación de estructuras organizativas modificadas significativamente para lograr economías de escala y alcance.

Innovación social de los productos

Es uno de los principios cooperativos de la ACI que en el caso de la Corporación Mondragon constituye su séptimo principio en el que se basan sus cooperativas para poder gestionar las crisis, el desempleo y las situaciones económicas adversas. Este principio se concreta, entre otros, en los siguientes puntos: la reconversión de resultados, la reubicación de personal excedente, los fondos intercooperativos y la prestación de ayuda al empleo de Lagun-Aro. Las herramientas se aplican en tres niveles: el de la cooperativa, el de la corporación y el de las entidades de cobertura financiera y de protección social como son la Caja Laboral Popular y Lagun-Aro EPSV (entidad de previsión social voluntaria creada en el seno de la corporación).

La Escuela de Gestión Cooperativa de la HEC-Montreal y las tensiones en la gestión cooperativa

La HEC-Montreal es una entidad de investigación en cooperativismo en la vanguardia mundial. Su teoría de las tensiones describe los numerosos desafíos a los que han tenido que hacer frente las cooperativas de forma constante durante las diferentes fases de desarrollo cooperativo: surgimiento, crecimiento, declive y renovación. Dichos conflictos de intereses surgen debido a la colisión entre diversos elementos de la gestión cooperativa. Estas tensiones son inherentes a las propias cooperativas y actúan como rasgos distintivos; son el mecanismo que explica las diversas fases evolutivas y mutaciones.

Muestra Continua de Vidas Laborales (MCVL)

Es una base de datos con información sobre más de un millón de personas obtenida de los registros de la Seguridad Social. Constituye una muestra representativa de todas las personas que cotizaron a la Seguridad Social o cobraron de ella prestaciones económicas contributivas en un determinado año. La MCVL comenzó a elaborarse en 2004 y se actualiza anualmente ofreciendo información de toda la vida laboral de las personas seleccionadas. Constituye, junto a la EPA, un excelente instrumento para realizar estudios sobre el mercado de trabajo, ya que facilita información muy completa sobre la trayectoria laboral de una amplísima muestra de trabajadores.

Sociedades laborales

Son sociedades anónimas o de responsabilidad limitada en las que la mayoría del capital social es propiedad de trabajadores que prestan en ellas servicios retribuidos en forma personal y directa, con relación laboral por tiempo indefinido. Ningún socio puede poseer acciones o participaciones sociales que representen más de la tercera parte del capital social salvo que se trate de sociedades laborales participadas por el sector público, en tal caso la participación de las entidades públicas podrá superar dicho límite sin alcanzar el 50% del capital social.



El cooperativismo ante la globalización

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Alianza Cooperativa Internacional (ACI)

Organización que representa a las cooperativas de todo el mundo. Fundada en Londres en 1895, en la actualidad agrupa a 265 organizaciones de 96 países con más de 1.000 millones de personas. Los valores y principios sobre los que las cooperativas basan sus actividades para fortalecer su identidad y su papel en la economía global fueron formulados inicialmente por la cooperativa de Rochdale, fundada en 1844. Desde su creación, la ACI actualiza estos valores y principios. La última vez que se revisaron fue en 1995 en la Asamblea General de la ACI que formuló la «Declaración de la ACI sobre la identidad cooperativa» y estableció los actuales principios cooperativos.

Cooperativa

Es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus aspiraciones económicas, sociales y culturales mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. Las cooperativas están basadas en los valores de la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la excelencia profesional y la solidaridad. Estos valores dan lugar a los principios cooperativos: 1) participación voluntaria y abierta, 2) control democrático de los miembros, 3) participación económica de los miembros, 4) autonomía (autogestión) e independencia, 5) instrucción, formación e información, 6) cooperación entre cooperativas (federaciones) y 7) interés por la comunidad.

Corporación Mondragon

Es un grupo de cooperativas y empresas originario del País Vasco que se ha extendido por todo el mundo. Su principal impulsor fue el sacerdote José María Arizmendiarríeta y su sede central se ubica en la ciudad de Mondragón (comarca del Alto Deba, Gipuzkoa). Constituye el primer grupo empresarial vasco y el séptimo de España, así como el mayor grupo cooperativo del mundo. Está compuesto por 256 empresas y entidades distribuidas en cuatro áreas: finanzas, industria, distribución y conocimiento. A finales de 2010 facturaba 14.000 millones de euros y contaba con 83.859 trabajadores.

Cuentas satélite de la economía social

Los sistemas de contabilidad nacional desempeñan una importante función para ofrecer información periódica y rigurosa sobre la actividad económica. Desarrollan procesos de armonización léxica y conceptual en materia económica que permiten establecer comparaciones internacionales coherentes y homogéneas. Pero cuando se necesita conocer mejor el comportamiento, tanto en términos monetarios como reales, de determinados grupos de agentes con características y comportamientos homogéneos, lo más indicado es elaborar las cuentas satélite porque orbitan en el escenario del marco central de la contabilidad nacional, manteniendo todos los conceptos y clasificaciones básicos del mismo. Una cuenta satélite es «un marco evolutivo que agrupa la información en un ámbito de preocupación económica o social y que ofrece información más detallada y flexible que la presentada por el marco central de la contabilidad nacional al que está vinculada y que constituye su referencia».

Economía social

La plataforma europea representativa de las cooperativas, mutualidades, asociaciones y fundaciones, actualmente denominada *Social Economy*, difundió en 2002 la Carta de Principios de la Economía social que pormenorizados son: a) primacía de la persona y del objeto social sobre el capital; b) adhesión voluntaria y abierta; c) control democrático por sus miembros; d) conjunción de los intereses de los miembros usuarios y del interés general; e) autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos; f) destino de la mayoría de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del desarrollo sostenible, del interés de los servicios a los miembros y del interés general. La economía social en la Unión Europea configura dos grandes subsectores: a) el subsector de mercado (organizaciones microeconómicas cuya principal fuente de recursos financieros procede del mercado), constituido fundamentalmente, por cooperativas, mutuas y mutualidades; y b) el de productores no de mercado (cuyos recursos monetarios provienen principalmente de fuera del mercado: donaciones, cuotas de socios, rentas de la propiedad, subvenciones, etc.) y cuya producción se suministra mayoritariamente a los individuos y familiares de forma gratuita o a precios económicamente no significativos.

Empresa de inserción

Las empresas de inserción o «empresas sociales de integración laboral» realizan cualquier actividad económica de producción de bienes y servicios y su objeto social es la integración y formación sociolaboral de personas en situación de exclusión social

como tránsito al empleo ordinario. En España, las empresas de inserción pueden ser cooperativas, sociedades laborales o cualquier otra sociedad mercantil en la que al menos el 51% del capital social sea propiedad de las entidades promotoras, que sólo podrán ser las entidades sin ánimo de lucro, incluidas las de derecho público, las asociaciones sin fines lucrativos y las fundaciones, cuyo objeto social contemple la inserción social de personas especialmente desfavorecidas.

Estrategia de grupos empresariales cooperativos

Los grupos empresariales están constituidos por varias empresas para mejorar su posición en el mercado, es decir, para obtener ventajas y crear valor. Hay tres razones que explican la creación de grupos empresariales: económicas, financieras y directivas. Existen dos grandes clases de grupos, los grupos por subordinación (de arriba-abajo), que suponen el sometimiento de un conjunto de empresas a un único centro decisor y que se sustentan sobre relaciones de propiedad que se traducen en una organización jerárquica; y los grupos por coordinación (de abajo-arriba), constituidos por redes de empresas que se crean mediante el establecimiento de alianzas estratégicas entre empresas que acuerdan pautas comunes de actuación en el mercado. De la misma manera los grupos empresariales cooperativos pueden organizarse por absorción y subordinación o por coordinación, y aunque existen grupos cooperativos de las dos clases, el más representativo de ellos es el grupo por coordinación.

Globalización y cooperativismo

La globalización es un concepto novedoso (*globalization*, 1959) que encierra un gran potencial transformador y, va más allá de conceptos y fenómenos preexistentes a la misma como puedan ser: la «internacionalización», la «liberalización», la «universalización» y la «occidentalización». La globalización multiplica los contactos sociales a lo largo del planeta y supone un cambio en la naturaleza del espacio social; es un proceso de creciente interdependencia entre todos los países del mundo que tiende a unificar mercados, sociedades y culturas, lo que significa que las relaciones sociales (economía, política y cultura) actuales no pueden describirse sin una amplia referencia a los espacios mundiales. La globalización supone para las cooperativas un entorno (o contexto) de exacerbada competencia de mercado que las coloca ante el riesgo de perder su identidad.

Innovación

Definimos cuatro tipos de innovaciones: producto, proceso, *marketing* y organización. La primera introduce en el mercado un producto tecnológicamente nuevo o significativamente mejorado o diseñado. La segunda supone la adopción de métodos de producción con el objeto de disminuir costes unitarios de producción o distribución, mejorar la eficiencia y calidad de procesos, o producir o distribuir los productos más eficazmente y con mayor penetración. La tercera consiste en utilizar nuevos métodos de comercialización con el objetivo de aumentar ventas (nuevos canales de venta, franquicias, venta directa, sistemas de fidelización, cambios de imagen comercial, sistemas de variación de precios en función de la demanda, etc.). La cuarta introduce cambios en las formas de