

Introducción

En el congreso efectuado en Manchester, Inglaterra, en setiembre del año 1995, la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), adoptó una **Declaración sobre la Identidad Cooperativa**.

La Declaración incluyó una definición de cooperativa, una lista de los principales valores del **Movimiento Cooperativo**, y una actualización de los Principios que lo rigen orientados a guiar a las cooperativas y al Movimiento Cooperativo mundial en el siglo XXI.

No obstante, periódicamente se practican revisiones y ajustes en sus textos, con lo que se demuestra como se puede aplicar el pensamiento cooperativo en “un mundo de constantes cambios”.

Sin embargo, por encima de los cambios, se encuentra fundamentalmente el respeto por todos los seres humanos, los que pueden ser capaces de mejorar su condición económica y social, mediante la asociación o unión voluntaria; el esfuerzo individual y colectivo; la ayuda mutua, y la solidaridad humana, la honradez, el respeto a la normativa legal establecida, y la aplicación de los procedimientos democráticos.

El objetivo de esta exposición es el de poner en conocimiento, como ejemplo, algunos conceptos que podrían servir de apoyo para identificar problemas y causas que todavía, al inicio del siglo XXI afectan la identidad cooperativa.

LA IDENTIDAD COOPERATIVA se puede determinar al establecer las diferencias existentes entre las **empresas mercantilistas**, cuyo conocido objetivo gira en la evolución del capital para mantener el máximo rendimiento en beneficio de los accionistas o inversionistas, frente a la acción y al efecto cooperativo en donde prevalece la democracia participativa, la honradez, la responsabilidad social y como factor principal, el elemento humano deja de ser un medio para convertirse en la finalidad por la que se constituyen las cooperativas.

Juan Rafael Castro Rodríguez
Asesoría Técnica. ATEC.

LA IDENTIDAD COOPERATIVA

ALGUNAS CARACTERÍSTICAS QUE DIFERENCIAN A LAS EMPRESAS COOPERATIVAS DE LAS NO COOPERATIVAS

FACTOR HUMANO

COOPERATIVAS

NO COOPERATIVAS

En la empresa cooperativa el factor humano deja de ser un medio, para convertirse en la finalidad máxima por la que se constituyó la empresa.

En la empresa privada NO cooperativa, el factor humano es un medio para obtener los fines económicos de la empresa.

NORMAS ETICAS

COOPERATIVAS

NO COOPERATIVAS

Las cooperativas se fundamentan en altos valores humanos, como ejemplo: La unión voluntaria para satisfacer necesidades propias y del grupo, el esfuerzo individual y colectivo, la ayuda mutua, la solidaridad, responsabilidad, honradez, equidad, dedicación, y preocupación por los demás.

La empresa privada NO cooperativa es agresivamente individualista. Para mantener su estatus desarrolla fuertes campañas publicitarias canalizadas a provocar el uso de sus productos o servicios.

Generalmente la empresa estatal es fría y autoritaria.

La cooperativa se rige por normas éticas que surgen de su -propia doctrina- ,de la legislación que la rige; y especialmente del control que ejercen los asociados en Asamblea

La empresa NO cooperativa cuantifica SU IMPORTANCIA al logro de sus ganancias, rendimientos, e imagen, más que a la observación de estrictas normas éticas.

La cooperativa no invierte recursos para promover consumo superfluo, o sobreendeudamiento económico. La cooperativa se desenvuelve con la máxima eficiencia posible para promover el estado actual de los asociados a otro superior, mediante adecuados servicios y asesoramiento para el mejor uso de los recursos.

La empresa mercantilista promueve con propaganda y publicidad agresiva, el consumo de productos en algunos casos inútiles, o dañinos, y estimula apetitos innecesarios, en lucha desesperada por obtener el dominio del mercado.

En la cooperativa se respeta la autonomía de las personas, la dignidad, la honestidad personal y el derecho que tiene cada individuo para decidir y ordenar la propia conducta.

Las empresas mercantiles NO cooperativas imponen disciplina y soluciones, facultades y mando por medio del poder económico, los entes Estatales mediante el poder político del "partido" en ejercicio.

ASPECTO ECONOMICO	
COOPERATIVAS	NO COOPERATIVAS
<p>El objetivo de las cooperativas es el de satisfacer las necesidades e intereses de la comunidad asociada. Tanto su fundación como su desarrollo empresarial se practica siguiendo estrictas normas de supervisión y control, con el objetivo de mantener estándares de eficacia y eficiencia que impidan resultados negativos al cierre de cada ejercicio económico.</p>	<p>Los intereses económicos tienen prioridad en la empresa privada NO cooperativa. En sus campos de acción estimulan actividades que procuren los máximos rendimientos al Capital invertido. Si no hay ganancias NO HAY EMPRESA.</p>
<p>En la cooperativa los asociados son condueños, usuarios, clientes o productores de la empresa. Todos los asociados deben, puntualmente, aportar al Capital Social las sumas que correspondan equitativamente a sus ingresos. Las finalidades de la empresa cooperativa no son otras que las de la comunidad asociada que utiliza sus servicios.</p>	<p>Las empresas NO cooperativas y las públicas tienen intereses y finalidades propias. El cliente, el usuario, el productor, así como los inversionistas de menor escala generalmente son sujetos pasivos. En múltiples casos las actividades de usuarios clientes, e inversionistas difieren a las de la -empresa-.</p>
<p>Las cooperativas buscan eliminar los intermediarios manteniendo las mejores relaciones y acogiendo a productores y a consumidores, con el objetivo de proporcionarles los medios que procuren beneficios a todos. Mayores rendimientos para productores/ menores costos para los consumidores.</p>	<p>La organización económica de la empresa NO cooperativa se desenvuelve mediante -gran red de intermediarios que generalmente actúan entre productores y consumidores- obviamente, encareciendo los precios de los productos.</p>
<p>Los excedentes líquidos que resultan al cierre de cada ejercicio económico en las cooperativas, pertenecen a los asociados; se distribuyen en proporción al favorecimiento económico que cada usuario a dado a su cooperativa.</p>	<p>En la empresa capitalista / mercantil, las ganancias son distribuidas entre los que aportan o invierten el capital accionario. La comunidad usuaria contribuye a enriquecer más, a los dueños del dinero.</p>

**PARTICIPACIÓN
DEMOCRÁTICA**

COOPERATIVAS

NO COOPERATIVAS

En las cooperativas, la Asamblea formada por los asociados condueños conforman el **gobierno de la empresa**. Es en Asamblea donde se eligen libremente a los más capacitados para dirigir la empresa.
Son los asambleístas los que dictan las políticas a seguir por los elegidos, para que ejerzan la Dirección Superior de las operaciones sociales. La Asamblea, mientras no esté reunida, delega en los Directores la administración superior y el control de la cooperativa.

Las empresas NO cooperativas son manejadas por el dueño del Capital; o por familias accionistas, o por grupos financieros y sociedades que imponen su voluntad administrativa.

Los administradores de las empresas públicas, son designados por “el Poder Público”.

La estructura democrática e integracionista cooperativa, acorde con las disposiciones legales aplicables, asigna el poder de decisión así:
Las personas asociadas en asamblea: en cooperativas –primarias-.
Las cooperativas primarias en asamblea: en Uniones o Federaciones, sean, cooperativas de segundo grado.
Las Federaciones y Uniones a través de organismos regionales; de tercer grado.

En la organización económica de las empresas capitalistas mercantiles, generalmente se agrupan -centrando el poder en pocas manos-, que conducirán la economía.

Las empresas del Estado responden a directrices o normativas provenientes del Poder Público; generalmente son decisiones centralistas.

La Asamblea Cooperativa elige los Directores, los que posteriormente entre sí, se integrarán para desempeñar los cargos en Consejo o Junta de Directores.

Para las elecciones cada asociado a derecho emite sólo (1) voto, sin considerar el monto del Capital Social aportado.
Con este procedimiento se garantiza la democratización administrativa y el valor que se da al asociado como persona.

En la elección o mejor dicho en la selección de los miembros de la Junta Directiva, la decisión aplica en los que aportan más capital, sea en los Accionistas Mayoritarios.
Mayor cantidad de -acciones-, más alto el cargo en Junta. El Presidente de la Junta generalmente es el Presidente de la empresa.

En las EMPRESAS ESTATALES los administradores son designados según la influencia política del sujeto ante las autoridades del Gobierno.

**PARTICIPACIÓN
DEMOCRÁTICA(continuación)**

COOPERATIVAS

NO COOPERATIVAS

<p>Todos los asociados de la cooperativa, reciben información detallada de los resultados propios de los negocios y actividades en que participa SU EMPRESA.</p> <p>Los asociados también están ampliamente informados de la gestión y cumplimiento de las funciones a ejecutar por sus Directores (Miembros del Consejo), así como de sus Dirigentes (miembros de Comités electos por asambleas); y de gerentes y administradores.</p> <p>Esta información se cumple sin importar el – Capital Social – que los asociados tengan aportado.</p>	<p>Los administradores o gerentes en la empresa privada NO cooperativa, generalmente rinden cuenta de su gestión y sobre resultados de período fiscal determinado, al grupo constituido por los Socios Accionistas Mayoritarios.</p> <p>Los Socios Accionistas Mayoritarios son los que conforman la Junta Directiva, obviamente los dueños del Capital.</p>
<p>Aparte de las diferencias antes descritas, el siguiente es factor importante para establecer LA IDENTIDAD COOPERATIVA:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El acceso a la información amplia y verás es propia de la empresa cooperativa. ▪ La cooperativa mantiene educación y capacitación para que los asociados y público general conozcan los campos administrativos; los económicos y los financieros, así como los aspectos técnicos según el objeto social, los productos y los servicios específicos que brinda SU EMPRESA COOPERATIVA 	<p>De los procedimientos técnicos y administrativos de las empresas NO cooperativas, tienen pleno conocimiento un pequeño sector o núcleo de más alto nivel.</p>

Atec.:

Con la muestra presentada en cuadros anteriores, tomando como ejemplo cuatro áreas:

1. **EL FACTOR HUMANO:** donde en pocos términos se destaca la importancia de la persona que necesita resolver necesidades mediante la acción cooperativa.
2. **NORMAS ETICAS:** fundamentalmente para valorar la finalidad de la empresa cooperativa y la importancia de la acción social.
3. **EL ASPECTO ECONOMICO:** donde se destaca la importancia de los asociados como condueños, clientes, usuarios, o productores de la empresa, quienes se unen en procura de su promoción económica sin entrar en beneficencia ni en la explotación mercantilista.
4. **LA PARTICIPACIÓN DEMOCRATICA:** que demuestra la primacía de la persona asociada y condueña de la empresa, la que especialmente en Asamblea demuestra quienes son las que “llevan las riendas” para lograr una correcta administración de la empresa cooperativa, sin tomar en cuenta el capital aportado individualmente.

Así las cosas, **debemos aceptar que el cooperativismo reúne lo siguiente:**

- Se desarrolla donde hay limitaciones o necesidades humanas.
- Respeta profundamente los valores humanos.
- Se basa en la Unión voluntaria y en la Administración democrática, en el Esfuerzo individual y colectivo; en la Ayuda mutua, y en la Solidaridad humana.
- Respeta la voluntariedad de los individuos para aceptarlo o no.
- NO IMPONE; estimula y convence.
- Rechaza la violencia; su objetivo económico no es la ganancia ni la acumulación personal de los bienes, ni la explotación mercantil.
- Promueve la promoción social y económica, o sea, el cambio de la situación actual a otra superior.
- Impulsa la Educación, la Capacitación y la información sobre la cooperativa individualmente y la del MOVIMIENTO COOPERATIVO general.
- Practica la verdadera democracia; el poder reside en las bases, o sea en los asociados especialmente en Asambleas.

PARA REFLEXION Y TOMA DE DECISIONES

Siguiendo a Héctor Mendoza, "... En términos doctrinales o filosóficos, las sociedades cooperativas han sido consideradas como entidades "sin fines lucrativos". Parte esencial de la filosofía cooperativa **es la proscripción** del interés individual y del interés colectivo por acumular ganancias.

Si quisiéramos encontrar un fundamento de naturaleza ética de este interés por **reprobar la ganancia**, solo bastaría con escudriñar las escrituras en las enseñanzas de Jesucristo quien, en diversas ocasiones predicó en contra de la acumulación de bienes materiales..."

"Los principales teóricos del cooperativismo manifestaron su oposición más tenaz a la acumulación personal de los bienes y justificaron su posesión sólo en el interés del bienestar de la colectividad..."

Numerosas concepciones utópicas proscribieron la remuneración al capital y al mismo le asignaron una función social.

Varias de las primeras iniciativas cooperativas de la segunda mitad del siglo XVIII, y de la primera mitad del siglo XIX, también fueron categóricas en la práctica de NO REMUNERAR al capital, o en su defecto, asignarle **un interés limitado en aquellos casos en que fuera indispensable conseguirlo para fines operacionales...**"

Cuando el cooperativismo moderno o mejor estructurado, inició su marcha con la iniciativa Rochdaleana, (Inglaterra 1884), prevaleció su "espíritu de servicio"; espíritu este que renunciaba a la ley del propio interés para aceptar el credo de la **ayuda mutua** y de la gestión o administración política gratuita; credo que se reducía a la profesión de **fe de convertir los intereses individuales en intereses comunes...**"

El cooperativismo, como - movimiento - , o como sistema socioeconómico, se sostiene en los conceptos de:

Asociación voluntaria – autonomía e independencia – autocontrol – servicio – ayuda mutua – solidaridad humana.

Estos conceptos, de naturaleza ética, son los que conforman la esencia misma de la cooperación.

Tan esenciales son estos conceptos que el mismo cooperativismo, se desnaturaliza si uno de estos "pilares" falla.

El término cooperación y el concepto de cooperativismo, deriva su composición etimológica del verbo latino -cooperar- que significa **actuar con uno u otros hacia un mismo fin.**

La asociación o sociedad cooperativa debe estar compuesta por individuos motivados por un interés común, generalmente para resolver o satisfacer necesidades o problemas que les sería imposible o más difícil superarlos individualmente o recurriendo a otras ofertas.

De ahí que el interés común, por su esencia, **está desprovisto de toda motivación egoísta** y puede ser reducido al principio social ... haz el bien sin mirar a quién...; esto es lo mismo que admitir la UNIÓN de los individuos por los vínculos solidarios de la cooperación para dirigir sus acciones y luchar por los intereses de la comunidad asociada, superando cualquier motivación que pueda fomentar el interés particular sobre el colectivo, reconociendo que **servir es el común denominador de la actuación de todos y cada uno de los miembros de la asociación cooperativa particularmente, y del movimiento cooperativo como un todo.**

La filosofía y la práctica reconoce que NO se organizan cooperativas para atender problemas individuales; que las sociedades cooperativas son – entidades para otorgar servicios - que no se administran con base en el Capital Social que equitativamente cada asociado debe aportar, y que son los asociados en Asamblea y no el capital aportado los que dirigen la empresa. No hay un Estatuto Social Cooperativo que no exponga el propósito eminentemente social y de servicios que desea alcanzar toda asociación cooperativa.

Sin embargo, siguiendo a Alexander F. Laidlaw en sus temas de Las Cooperativas en el año 2000, existe una razonable preocupación por el rumbo distorsionado que está tomando el “quehacer cooperativo”, y la trayectoria aparentemente desviada de la finalidad de servicio que inspira su razón de ser.

Existe la impresión para unos, y para otros es una realidad, que el cooperativismo está perdiendo la – mística de servicio - y está adoptando la – mística mercantilista – que ha sido combatida históricamente por pensadores que han defendido y han promovido la justicia social, y que el cooperativismo paulatinamente se está convirtiendo en un movimiento de intereses particulares (...) así como en una escala por cuyos peldaños transitan supuestos dirigentes que se aprovechan de la trascendencia histórica del movimiento cooperativo o por la importante – relevancia de su cooperativa en su comunidad geográfica, y se valen de estas circunstancias para mejorar su estatus en busca de ocupar posiciones meta-económicas en el Gobierno Local; en el Gobierno Central o en Instituciones o empresas Públicas, u otro tipo de organizaciones en donde les conviene personalmente figurar.

Otra impresión se fundamenta en la acción desarrollada por ciertos sectores del – movimiento cooperativo – que miden o parecen medir el éxito de estas empresas por el excedente a devolver, o por los “dividendos” a pagar sobre el Capital Social aportado durante un ejercicio, o período determinado.

Es frecuente observar que la sensación de éxito administrativo que demuestran directores y gerentes, guarda relación con el éxito económico que ha obtenido la cooperativa; los resultados contables presentan destacadamente los números correspondientes a “la ganancia” o los “beneficios” ...éxito empresarial que solapadamente en las cooperativas llamamos – dividendos, excedente, sobrantes o EXCESO DE PERCEPCIÓN; sí, exceso de percepción.

La experiencia nos recuerda que ahora el excedente cooperativo se interpreta como “ganancia” disfrazada, en abierta posición desafiante a la filosofía cooperativa que ha sido - impulsadora - de la proscripción del mercantilismo.

Como dije, los cooperadores al beneficio o “ganancia” le llaman EXCESO DE PERCEPCIÓN que viene a ser, según el caso, lo pagado de menos a los que se les recibe producto o se les remunera mano de obra; o lo cobrado de más cuando usan los servicios de la cooperativa, especialmente a crédito.

El exceso de percepción podría convertirse en la fórmula que sirva de mampara a cobros injustos o mezquindad en el pago, como se explica en líneas anteriores, la que, protegida por la voracidad de la competencia de mercado, legitime ciertos actos abusivos del comercio.

Tomado del tema didáctico “Supervisión y evaluación de la gestión” que hemos elaborado especialmente para cooperativas para crédito y servicios financieros detallamos:

El producto de una administración – competente – es generalmente la conveniencia de lograr los resultados deseados para cumplir LA MISIÓN Y OBJETIVOS de la cooperativa o Grupo Financiero Cooperativo (GFC).

Usualmente las instituciones financieras “clásicas”, proveen evidencia de que **si son bien manejadas** son lucrativas, pero esta afirmación no es siempre verdadera, dado que algunas instituciones lucrativas podrían estar mal manejadas.

La gestión o administración de una cooperativa puede deteriorarse mientras mantenga resultados de “excedentes” logrados a través de especulación, engaño, **y falta de** declaraciones económicas y financieras transparentemente presentadas, y **de fácil interpretación** para los receptores.

El cooperativismo tiene dos campos de acción que armonizados o dicho en otras palabras equilibrados, tratan de impedir las ambiciones desmedidas que ponen al ser humano en lucha contra sus semejantes.

Bogardus señala en sus Principios y Problemas del Cooperativismo, que ...“hay individuos que utilizan la cooperación para superar a los demás, y agrega: son estos los que convierten la vida en **Escuela de Gladiadores** donde los hombres viven y luchan unos con otros”.

Los dos campos de acción del cooperativismo son **el social y el económico**.

- **El aspecto – Social o factor humano** es aquel que se preocupa básicamente, por la conquista de la dignidad del ser humano y su naturaleza.
- **El aspecto – económico** es aquel que propende liberar al ser humano de la explotación mercantilista como productor o como consumidor de bienes y servicios, proporcionándole los medios para que logre su promoción social y económica.

El aspecto social, sin duda, forma la base ética sobre la cual debe desarrollarse la gestión económica; no obstante, por razones de conveniencia práctica o por la tendencia generalizada de ver a los humanos como simples consumidores, el movimiento cooperativo, parece seguir la línea promotora del aspecto económico, pero emulando procedimientos propios de otras empresas - NO cooperativas - .

Continuamente se organizan cooperativas a las que algunos les niegan la categoría de empresas, pero en su funcionamiento adoptan la forma y los métodos de las empresas mercantilistas, y se convierten en “otras - formas de hacer negocios” como nos señala Laidlaw en sus textos.

Algunos dirigentes se jactan de que existe un cooperativismo vigoroso, pero miden su vigor por su significativa participación en el producto interno de su país, por los altos excedentes, por la apariencia de sus instalaciones físicas, etc.; es decir, por el repetidamente mencionado éxito económico de la empresa y NO por los cambios y mejoramiento observable en los asociados y usuarios, mediante el uso de los servicios que - favorablemente - les debe brindar su cooperativa.

Los sobrantes pertenecen a los asociados cooperadores reza la doctrina, pero ¿realmente los reciben?

La legislación cooperativa reconoce que los excedentes de una cooperativa corresponden a los condueños y dispone que antes de que sean distribuidos reserven partidas especiales, para atender inversiones en educación y

capacitación cooperativa, para cubrir pérdidas imprevistas, para cubrir solidariamente sucesos extremos perjudiciales a sus miembros; así como otras reservas para fortalecimiento institucional aptas para continuar ofreciendo los servicios que motivaron su organización.

Los reglamentos de las cooperativas disponen que una vez deducidos los porcentajes reservables, – los sobrantes – (excedente líquido) serán distribuidos entre los asociados tomando como base el patrocinio o favorecimiento económico que cada usuario ha dado a su cooperativa.

Pero, ¿Qué uso se les da a las partidas retenidas? ¿Estamos seguros de que el dinero está físicamente reservado y que se utiliza siempre según lo establecido en los estatutos?.

Debemos poner atención a estas interrogantes, pues como secreto a voces conocemos que en múltiples cooperativas se usan – fondos **para Educación y Capacitación Cooperativa u otras reservas con destino específico**, para aplicarlos en “Gastos Administrativos” obviamente con el propósito de **demostrar** un excedente mayor al cierre del ejercicio económico.

Estos manejos contables no deben ser aceptados en el manejo de la empresa cooperativa.

No debemos aceptar tampoco que una cooperativa que ofrece servicios **muy necesarios para personas de menos recursos** como el crédito, el suministro de alimentos, u otros servicios primarios, utilice los mismos medios que se usan mercantilmente para explotar al consumidor.

El asociado consumidor necesita resolver sus necesidades económicas.

Según el caso, busca el apoyo de su cooperativa para mejorar su producción, para lograr mejores precios al adquirir sus bienes de consumo u otros servicios específicos.

El asociado necesita menores tasas de interés al recibir créditos, mayores rendimientos por sus depósitos a la vista u otros tipos de inversiones de capital.

Muchas veces quizá, el primer motivo de la renuncia de los asociados a SU COOPERATIVA, se debe a su insatisfacción por la falta de información **sobre los procedimientos de su empresa**, y a que rechazan la explotación de que son víctimas en su propia cooperativa.

A nuestro criterio también es censurable el uso irracional que se da al **exceso de percepción** – en campañas publicitarias –.

¿PORQUÉ NOSOTROS TENEMOS QUE RECURRIR
A “TÁCTICAS” PUBLICITARIAS SIMILARES A LAS
QUE MONTAN LAS EMPRESAS MERCANTILES?
(...)

En su tema: Calidad Total en la Empresa Cooperativa, José Leñero nos dice...

La experiencia ha convertido en realidad el dicho de que la mejor publicidad es la oferta de un producto o un servicio excelente...

Se le ha comunicado o habrá preguntado el asociado, ¿Cuánto vale un minuto de televisión, o la rifa de un automóvil?, o cuatro días en el exterior para ver jugar a “la Sele”? (Así llamamos en Costa Rica a la Selección de fútbol).

¿Con tanto alarde publicitario se mejora el servicio al asociado? ¿Se le proporcionan mejores oportunidades para que administre mejor su taller, o su producción agrícola, o su agroindustria; así como para que obtenga mayores ingresos; techo, abrigo, alimentación, salud, educación, (...)?.

¿Se asesora al asociado usuario para que haga buen uso de los servicios **que le compra** a su cooperativa?.

¿Qué están haciendo nuestros Directores y Gerentes en ese campo?.

Se intentará justificar ese derroche de fondos aduciendo que el cooperativismo no puede quedarse atrás de empresas competidoras; y que la publicidad es un maravilloso medio para impulsar el cooperativismo; desde luego, sobrarán razones o argumentos, pero todos sabemos que tanto el buen producto, como los buenos servicios “se venden solos”.

Sabemos que ROCHDALE promovió la mística, pero también hay que volver la vista a muchos países en los cuales el gran éxito del **movimiento cooperativo** se mide cabalmente por su gran función social.

Sobre lo anterior consideramos oportuno aclarar la imagen distorsionada que algunas personas tienen del significado de “Organización Social” y de la “Función Social” de la empresa cooperativa, así:

LA ORGANIZACIÓN SOCIAL COOPERATIVA

La organización social cooperativa procede mediante la participación humana que conforma la empresa.

Esta participación se identifica cuando los asociados, los directores, los miembros de los comités, gerentes, administradores, personal administrativo gerencial y los trabajadores, cumplen coordinadamente sus responsabilidades y sus funciones para que se lleve a efecto la MISIÓN fundamental de cada organización cooperativa.

LA FUNCIÓN SOCIAL COOPERATIVA

La función social cooperativa se manifiesta plenamente, cuando la cooperativa logra satisfacer las necesidades o solucionar los problemas de los asociados y usuarios, proporcionándoles los medios para que alcancen la promoción económica y social que les sería imposible o más difícil alcanzar sin el apoyo cooperativo, o usando otros recursos.

Para aceptar mejor las definiciones anteriores, es imprescindible la práctica de **Los Fundamentos Sociales del Cooperativismo**, conocidos como:

- La Unión Voluntaria a la Organización Cooperativa. (...) SI NO HAY UNIÓN NO HAY COOPERACIÓN.
- El Esfuerzo Individual y Colectivo para cumplir con los deberes.
- La Ayuda Mutua, y
- La Solidaridad Humana.

A estos fundamentos debemos agregar, entre otros, los siguientes valores que caracterizan a la comunidad asociada o grupo social cooperativo:

- Responsabilidad en el cumplimiento de los deberes como asociados, como directores, y como dirigentes de su organización; acorde con las disposiciones legales de cada país.
- Responsabilidad y autodisciplina para cumplir los compromisos adquiridos por ellos mismos y con los demás.
- Honradez.

- Equidad.
- Democracia participativa, transparencia en todo acto.
- Gestión política gratuita.
- Dedicación, responsabilidad social y preocupación por los demás.

JUAN RAFAEL CASTRO RODRÍGUEZ
Asesoría Técnica Cooperativa
atec®.- 2011