



**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y
Cooperativa, n° 40, abril 2002, pp. 141-163**

La participación como elemento constitutivo de las empresas de la Nueva Economía Social

Edmundo Pérez Fernández

Universidad Complutense de Madrid

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa

ISSN: 0213-8093. © 2002 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.uv.es/reciriec

La participación como elemento constitutivo de las empresas de la Nueva Economía Social

Edmundo Pérez Fernández

Fundación para el Fomento de la Economía Social de Asturias
Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

La participación -el funcionamiento democrático-, es uno de los principales elementos que configuran las empresas de la economía social. Dentro de ésta, ciertas experiencias, que pretenden solventar problemas sociales de reciente aparición (empresas de inserción social, comercio justo, etc.), han sido denominadas como Nueva Economía Social. Se estudia en este artículo, desde la perspectiva de la Teoría Stakeholder de la empresa, el grado y las vías de participación en las iniciativas empresariales de la NES, concluyéndose que, efectivamente, pueden ser encuadradas dentro de la "economía de la participación", por lo que se establece un vínculo de homogeneidad con las empresas de la economía social más tradicional.

PALABRAS CLAVE: Participación, teoría Stakeholder, nueva economía social, empresas de inserción social, comercio justo.

CLAVES ECONLIT: L290, L300.

La participation comme élément constitutif des entreprises de la Nouvelle Économie Sociale

RÉSUMÉ: La participation - le fonctionnement démocratique -, est un des éléments principaux qui configurent les entreprises d'économie sociale. Dans cette économie, certaines expériences, qui prétendent résoudre des problèmes sociaux d'apparition récente (entreprises d'insertion sociales, de commerce juste, etc.), ont été dénommées comme Nouvelle Économie Sociale. Cet article étudie, sous la perspective de la théorie Stakeholder des entreprises, le degré et les voies de participation dans les initiatives d'entreprise de la NES. On a conclu que, en fait, ces initiatives peuvent être encadrées dans "l'économie de la participation", en établissant un lien d'homogénéité avec les entreprises d'économie sociale plus traditionnelles.

MOTS CLÉ: Participation, Théorie Stakeholder, nouvelle économie sociale, entreprises d'insertion sociale, commerce justes.

Participation as a constitutive element of companies of the New Social Economy

ABSTRACT: Participation – democratic functioning – is one of the main elements which make up social economy companies. Within this, certain experiences which aim to solve recently appeared social problems (social integration, fair trade companies, etc.), have been denominated New Social Economy. From the company Stakeholder Theory, this article studies the degree and the ways of participation in the business initiatives of the NSE, concluding that, effectively, they can be brought together within the “participation economy”, through which a link of homogeneity is established with the companies of the more traditional social economy.

KEY WORDS: Participation, Stakeholder Theory, new social economy, social integration companies, fair trade.

1.- Introducción: la participación en la empresa y las empresas de participación¹

1.1. La participación en la empresa

Al hablar de participación podemos estar refiriéndonos a dos prácticas muy diferentes que es conveniente distinguir. Existe, por un lado, la **participación corporativa**, participación en los órganos sociales de la empresa (en una Cooperativa, en la Asamblea General o el Consejo Rector; en una Sociedad Anónima, en la Junta General de Accionistas) y, por otro, la **participación operativa**, participación en la toma de decisiones de funcionamiento, en el propio puesto de trabajo y en la actividad productiva cotidiana (por ejemplo, mediante prácticas de “empowerment” de los trabajadores o en diversas herramientas de mejora de la calidad). Tradicionalmente, se ha estudiado la participación operativa como fuente de competitividad, pero una lectura de la literatura sobre la perspectiva “stakeholder” de la empresa (que haremos más adelante), permite inferir las ventajas en eficiencia que se derivan de la participación corporativa. También sucede que las empresas de participación, como las cooperativas de trabajo asociado, que mantienen, por definición, prácticas de participación corporativa de sus socios-trabajadores, se preocupan cada vez más por desarrollar, medir y evaluar sus propias prácticas de participación operativa (es el caso, por ejemplo, de MCC), de forma que una y otra se refuercen y complementen en la búsqueda de la excelencia.

Una corriente generalizada tanto en la práctica como en la literatura sobre gestión empresarial tiende a enfatizar las ventajas de la participación operativa. Diversos estudios empíricos (Blinder, 1990; Levine y Tyson, 1990) señalan que la participación de los trabajadores incrementa la productividad. Toda una teoría sobre los recursos humanos, la Teoría Z se centra en el consenso, la toma de decisiones participada y la responsabilidad colectiva (Ouchi, 1994).

Para que esa participación se traduzca realmente en mejoras para la empresa (fundamentalmente, mejora de la productividad), deben darse varias condiciones (Kay, 1994; Levine y Tyson, 1990) que, implícitamente llevan aparejado un cierto grado de participación corporativa:

- Expectativa de relaciones a largo plazo.
- Participación en los beneficios.
- Derechos laborales garantizados.
- Grado de informalidad elevado, pero estructurado.

1.- Agradezco a un evaluador anónimo las interesantes consideraciones que planteó sobre la participación, que han ayudado notablemente a mejorar la claridad del artículo.

Pero no sólo los trabajadores participan, construyendo esa arquitectura organizativa que ha de conferir a la empresa una ventaja competitiva suficiente y sostenible. Kay (1994: 90) identifica hasta tres tipos de arquitectura:

- Interna: entre la empresa y sus empleados, y entre los propios empleados
- Externa: Entre la empresa y sus proveedores o clientes
- Redes: Entre un grupo de empresas que colaboran

Todas estas relaciones, si se basan en una ética de cooperación, en un clima de confianza mutua que reduzca los costes de transacción entre los agentes que intervienen, pueden ser fuente de competitividad. De ahí la creciente importancia que, como señalábamos al principio, se da desde todos los ámbitos a la participación operativa.

1.2. Las empresas de participación o de la economía social

Las empresas pioneras en adoptar la participación como seña de identidad (y como factor de producción que incrementa su productividad) fueron las empresas de economía social (especialmente las cooperativas) que, por este motivo, pueden, con propiedad, denominarse empresas de participación.

Existe incluso un enfoque de estudio de la economía social como economía de la participación (Jeantet, 2000), que pone la democracia (una persona, un voto) en el mismo centro de la economía social. Se trata de una visión amplia y profunda de la participación corporativa.

En una cooperativa, por ejemplo, la participación de los socios se extiende a los tres flujos de la empresa (reales, financieros e informativo-decisionales) (García-Gutiérrez, 1988) y, por esa participación, reciben a cambio una compensación, tal y como se representa en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Participación de los socios de una cooperativa en los distintos flujos

Flujo	Rol		Compensación
Flujos Reales	como proveedores	de materiales de trabajo	Remuneración
	como consumidores		La que se derive de la estrategia de la cooperativa: reducción de precios, incremento de calidad, incremento de gama, etc.
Flujos Financieros	como prestamistas		Interés por su aportación de capital
Flujos Informativo-decisionales	como decisores		Satisfacción por el ejercicio del poder

Fuente: García-Gutiérrez (1988)

A lo largo de este artículo, se analizará la participación en estos tres flujos de distintos grupos (o stakeholders, ver apartado 1.3) en diversas iniciativas que se han clasificado dentro la denominada “nueva economía social” (ver apartado 2), con un doble objetivo: por un lado, mostrar cómo estas empresas pueden ser etiquetadas como empresas de participación y, por otro, estimular esa participación allí donde ésta no se encuentre aún desarrollada, para incrementar la competitividad y el “output” de bienestar social que pueden producir.

1.3. La Teoría Stakeholder² y la participación corporativa

La teoría stakeholder, desarrollada a partir del trabajo de Freeman (1984), se basa en la existencia de un conjunto de grupos que desean participar en la empresa y de la legitimidad de todos esos deseos de participación.

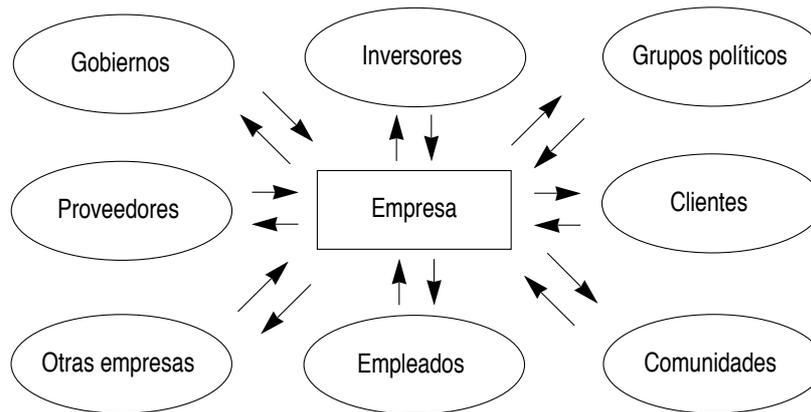
Las premisas de esta teoría, establecidas por el propio Freeman, Clarkson (1995) y Donaldson y Preston (1995), son resumidas por Jones y Wicks (1999) como sigue:

- a) La empresa tiene relación con muchos grupos (stakeholders) que afectan y son afectados por sus decisiones.
- b) La teoría trata de estudiar la naturaleza de estas relaciones, tanto en términos de procesos como de resultados para la empresa y sus stakeholders.
- c) Los intereses de todos los stakeholders tienen un valor intrínseco, por sí mismos, sin que pueda asumirse que un determinado conjunto de intereses deba dominar sobre el resto.
- d) La teoría hace hincapié en el estudio de la toma de decisiones por parte de los gestores.

García-Gutiérrez (1988: 108) señala los “grupos interesados en participar en la empresa”, dividiéndolos en internos y externos y hace una enumeración que coincide con la señalada por los autores de esta escuela.

El modelo stakeholder de la empresa, la sitúa, pues, en el centro de una nube de grupos con interés sobre ella. En cada caso, deberá determinarse cuáles tienen una influencia relevante sobre los procesos o variables que se estudien. De cualquier forma, puede afirmarse que es una visión completamente acorde con el enfoque de la economía social, cuyas empresas tienen como característica distintiva, entre otras, conjugar los intereses de sus miembros, usuarios y/o el interés general (CMAF, 1999), en definitiva, los intereses de sus stakeholders.

2.- Stakeholder es un término anglosajón de difícil traducción que puede definirse como todo grupo o individuo que tiene algún interés en la actividad de la empresa y puede afectarla o verse afectado por ella (Freeman, 1984)

Figura 2. La empresa y sus stakeholders

Fuente: Basado en Donaldson y Preston (1995)

Existe una destacada corriente dentro de la teoría stakeholder que hace énfasis en los aspectos instrumentales de la misma. Muchos autores (Jones, 1995; Harrison y Freeman, 1999) encuentran evidencias que conectan la práctica de una gerencia en consonancia con esta teoría con un incremento del éxito empresarial. Preston (1999) presenta un esquema de algunos mecanismos que llevan a las empresas, *ceteris paribus*, a un mayor éxito al gestionar correctamente las relaciones con sus stakeholders (ver cuadro 3).

Cuadro 3. Mejora de la actuación empresarial por la gestión stakeholder

Unidad de análisis:	La empresa y su red de stakeholders
Fuentes primarias de beneficios extraordinarios:	Relaciones de colaboración, generación de rutinas organizativas y de conocimiento (tácito, sobre todo), que conduzcan a incrementar los ingresos o reducir costes y riesgos
Mecanismos de conservación de los beneficios:	Conexiones entre stakeholders específicas de la empresa y acuerdos implícitos basados en la confianza (contratos relacionales)
Propiedad o control de los procesos o recursos generadores de rentas:	Control mutuo o propiedad de actividades de cooperación entre la empresa y sus stakeholders

Fuente: Preston, 1999

En definitiva, lo que Preston afirma es que la gestión stakeholder facilitará la acumulación de recursos intangibles, sobre todo en forma de capital organizativo (Fernández, Montes y Vázquez, 1998) y ello inducirá un incremento de la riqueza de la empresa. La causa sería, según Donaldson y Dunfee (1999) que el tipo de acuerdos (implícitos) basados en argumentos éticos o “contratos microsociales” que surgen de las relaciones de confianza entre la empresa y sus stakeholders reduce el oportunismo y la elusión de esfuerzos.

Por ejemplo, la correcta integración y acoplamiento entre la empresa y sus proveedores, en una mezcla de participación operativa y corporativa, es una condición imprescindible para aplicar las modernas técnicas de gestión *Just in Time* (O’Grady, 1993). Una gestión que tenga en cuenta sus expectativas e intereses favorecerá la creación del clima adecuado para alcanzar el éxito.

Además de los argumentos instrumentales (la teoría stakeholder como guía de la praxis de los directivos para obtener mejores resultados), existen también estudios desde el campo de la ética empresarial que justifican la participación de los stakeholders, sobre todo referida al flujo informativo-decisional. Estas aportaciones teóricas se basan en una concepción moderna de los derechos de propiedad, sustentada en más de un principio fundamental (como el esfuerzo, la necesidad, la capacidad o talento, el acuerdo o contrato social, etc). En el cuadro 4 se esquematiza esta idea.

Esta mirada a las bases de los derechos de propiedad nos descubre un complejo panorama en el que muchos más agentes de los que podría parecer tras un análisis superficial tienen algo que decir en la vida de la empresa. El “management stakeholder” prescribe que estos grupos han de ser atendidos y tenidos en cuenta a la hora de gestionar la empresa, porque todas sus expectativas de participación son legítimas.

Cuadro 4. Bases normativas de los derechos de propiedad

Fundamento	Algunos stakeholders afectados
Necesidad	<i>Comunidad:</i> necesita condiciones ambientales y de seguridad adecuadas <i>Trabajadores (especialmente 3er y 4º mundo):</i> necesitan condiciones de vida dignas <i>Consumidores:</i> necesitan productos saludables y seguros
Capacidad	<i>Trabajadores, directivos:</i> ponen su “talento” al servicio de la empresa <i>Propietarios:</i> Se asume que han adquirido esta condición por su capacidad
Esfuerzo	<i>Trabajadores:</i> especialmente los que, por llevar mucho tiempo en la empresa, han contribuido a ponerla en pie, a escribir su historia <i>Propietarios:</i> Se asume que han adquirido esta condición por su esfuerzo
Contrato social	<i>Gobierno, cuerpo legislativo:</i> en nombre de los ciudadanos, de quienes reciben la autoridad, tienen la posibilidad de intervenir en diferentes aspectos de la vida de las empresas
Contrato implícito/explicito	<i>Consumidores:</i> tienen derecho a recibir la satisfacción implícitamente ofrecida en la oferta comercial

Fuente: Donaldson y Preston (1995)

2.- La Nueva Economía Social (NES)

Si algo ha caracterizado a la economía social desde sus primeras manifestaciones, ha sido la preocupación por el ser humano, sus problemas y necesidades. Efectivamente, como señala Chaves (1999: 122) “la función de las entidades de la economía social se halla íntimamente ligada a la satisfacción de necesidades sociales y a la mejora de la calidad de vida de la población y a la resolución de los problemas sociales latentes, objetivos que pretenden alcanzar mediante formas organizativas variadas”. Se trata de problemas como el desempleo, la distribución de la renta, la calidad de los servicios públicos, la vivienda, la sanidad, la educación, la calidad de vida de la población jubilada, etc. (Monzón, 1992).

El surgimiento de nuevos problemas no podía menos que suscitar nuevas experiencias económicas para hacerles frente. En algunos casos, éstas se producen cuando, después de articular respuestas no empresariales, los agentes sociales descubren la potente herramienta que para sus fines representa la economía.

Así, por ejemplo, frente al problema medioambiental, habían surgido grupos ecologistas, dedicados a la denuncia y la reflexión; frente a las situaciones de marginación, pobreza y exclusión social, entidades de asistencia y promoción de los colectivos socio-económicamente excluidos; frente al subdesarrollo endémico del denominado Tercer Mundo, organizaciones no gubernamentales para el desarrollo, centradas, en su mayoría, en la gestión de proyectos de cooperación con los países pobres (Coque y Pérez, 2000a). Todas estas realidades han ido abriendo un camino empresarial que convive con las estructuras asociativas y las actividades mencionadas, complementándolas.

Este desplazamiento hacia lo económico toma por base el surgimiento de necesidades no cubiertas por el Estado de Bienestar y la identidad colectiva subyacente a aquellas experiencias asociativas; se desarrolla desde una perspectiva que combina objetivos sociales y económicos³ y mantiene una dinámica de empresariado colectivo (Defourny, Favreau y Laville, 1997). De este modo, las iniciativas de la nueva economía social, logran llevar los indicadores de desarrollo a su nivel más alto (Tomás Carpi, 1997).

Como puede colegirse de la anterior enumeración y de la tipología empresarial que se analiza en los siguientes apartados, se han utilizado criterios de finalidad a la hora de incluir distintas experiencias bajo el epígrafe de “Nueva Economía Social”, término no totalmente definido, algo difuso y que incluso cuenta con algunos detractores. Se eligen iniciativas coherentes con la finalidad y objetivos de la

3.- Ver, a este respecto, Pérez, 1999, donde se presentan unas reflexiones sobre el doble objetivo social y económico de estas empresas desde el punto de vista de la Teoría de Decisión Multicriterio.

Economía Social que mencionábamos al inicio de este apartado, citando a Chaves (1999) y a Monzón (1992). Esta tendencia de utilizar como criterio la finalidad de sus acciones se sigue, a modo de ejemplo, por Defourny, Favreau y Laville (1997), que llegan prácticamente a identificar la NES con la inserción socio-laboral de colectivos desfavorecidos. Lo que intentaremos en el resto de este artículo será comprobar cómo las experiencias empresariales que con este criterio se agrupan en la NES comparten, en mayor o menor medida, numerosas prácticas favorecedoras de la participación y que, allí donde la participación es aún incipiente, existen amplios horizontes por hacia los que este joven sector económico puede avanzar, siendo fiel a sus propios planteamientos.

Es destacable que algunas experiencias de la NES trastocan la tradicional clasificación de entidades de la economía social tal y como ha sido formulada, por ejemplo, por Barea y Monzón (1999), pues, adoptando formas jurídicas de “no mercado” (asociaciones, fundaciones), realizan una actividad plenamente mercantil. Se trata de una incoherencia que, de seguro, acarrea más problemas que beneficios, pero es la realidad constatable. Barea y Monzón (1999: 15) recuerdan que “para el SEC 95, si las ventas del productor cubren más del cincuenta por ciento de los costes de producción, la unidad institucional es un productor de mercado”. Muchas de las iniciativas de la NES no sólo cubren totalmente sus costes de producción con las ventas, sino que obtienen beneficios regularmente. Deben, por ello, ser consideradas productores de mercado. La disfunción entre la forma jurídica elegida y la actividad realizada hay que buscarla, en unos casos, en el rechazo a formas que, a juicio de los promotores, por llevar implícito el ánimo de lucro, pudieran apartarlos de sus fines sociales. En otros casos, simplemente, el paso de la mentalidad asociativa a la empresarial se realiza de forma paulatina.

3.- La participación en las empresas de la nueva economía social

Se hará en este apartado un recorrido por las experiencias de la nueva economía social que han alcanzado un mayor desarrollo en España o tienen un mayor interés por su trascendencia social. En cada una de ellas, y para los stakeholders más relevantes o aquellos que presentan peculiaridades respecto a una empresa convencional, se estudiará su participación en los tres flujos de la empresa⁴.

4.- Somos conscientes de que no todas las veces que aparece la palabra participación ésta tiene exactamente el mismo significado, la misma intensidad ni la misma trascendencia para la empresa. Existen distintos grados y motivaciones en las prácticas participativas de los distintos agentes y en las diferentes experiencias empresariales de la NES.

3.1. Trueque

Se trata de una cooperativa (de hecho o de derecho) de consumo en la que los socios intercambian entre sí, sin mediar dinero, diversos bienes y servicios.

Los socios:

-Son, al mismo tiempo, proveedores y consumidores de los bienes o servicios que se intercambian (participan en el flujo real).

-Toman las decisiones fundamentales; los partícipes en cada intercambio fijan el valor el bien o servicio que se transmite (siempre en términos no monetarios). El funcionamiento de la cooperativa es democrático y hay total transparencia informativa sobre los intercambios realizados. (Participan en el flujo informativo-decisional).

-Por las peculiares características del trueque no existen cobros y pagos en el sentido clásico, por lo que no hay un verdadero flujo financiero, ni reparto de beneficios. Sí puede haber una pequeña aportación de capital al ingresar. Existe un pseudo-flujo financiero en forma de “anotaciones en cuenta” en la cooperativa por los bienes o servicios suministrados o recibidos.

3.2. Empresas de Inserción Social

Las EIS son, generalmente, promovidas por una entidad sin ánimo de lucro (una ONG de acción social, típicamente). Para ello aporta capital, que no suele ser remunerado⁵. En cuanto al subsistema real, tanto en la producción (por ejemplo, aportando know-how e infraestructura al sistema productivo) como en la comercialización (aportando reputación) es importante el papel de la entidad promotora, especialmente en los primeros momentos de la EIS.

Dos son los controles de calidad que debe implantar la entidad promotora: sobre la gestión y sobre el componente social de la empresa, frente a la siempre presente tentación de isomorfismo (Bager, 1994).

Al interno, la entidad promotora (como toda asociación) tiene funcionamiento (y cultura) democrática que traslada a la EIS, dando pie a la participación de los demás stakeholders incluso cuando la forma jurídica de ésta (una sociedad limitada unipersonal, por ejemplo) le permitiese ejercer la autoridad en solitario. Esto no debe ser visto sólo como una muestra de “generosidad” por parte de la entidad promotora, sino como un imperativo para el funcionamiento de la EIS, ya que la progresiva participación de los trabajadores no normalizados (aquellos que provienen de colectivos excluidos) es parte imprescindible de su proceso educativo o itinerario personalizado de inserción (Coque y Pérez, 2000b; Olmo et al., 2000), recorriendo un camino hacia la participación.

5.- La última versión conocida del texto elaborado por el grupo de trabajo “Empresas de Inserción. Marco Normativo”, base del futuro proyecto de ley sobre EIS, exige explícitamente la reinversión de los beneficios en la propia empresa..

Los trabajadores normalizados, que forman parte de la plantilla estable, participan en la toma de decisiones democráticamente, bien de forma natural, como socios-trabajadores⁶, bien por una cooperativización "de hecho" de la EIS.

La participación de voluntarios es un arma competitiva que pueden utilizar las EIS y que contribuye "a la entrada de capital humano en la empresa de inserción" (Pérez, 2000a: 101). Para evitar excesos o desviaciones de esta figura, conviene acotar explícitamente lo que puede realizarse mediante trabajo voluntario y lo que requiere trabajo profesional. También será preciso regular cuál va a ser su participación en las asambleas u otros órganos de representación, en qué tipo de decisiones pueden intervenir y de qué forma, etc.

La comunidad en que se asienta la EIS recibe mucha información sobre la empresa, sus características y funcionamiento. Las emisiones de bonos solidarios (Pérez, 2000b) son mucho más que un instrumento de financiación (que lo son, y de gran utilidad). Son también una forma de implicar a la sociedad en el proyecto, de difundir la problemática social de marginación, de sensibilizar y promover una solidaridad activa y eficaz. Más que convertir a la comunidad en "inversora", la convierte en partícipe del proyecto.

Los clientes, por último, tienen una información detallada sobre los productos (que abarca aspectos éticos y ambientales, generalmente soslayados) y son frecuentemente invitados a hacer sugerencias sobre todos los aspectos de la organización. También hay un sector de clientes concienciados cuyo apoyo al proyecto influye en su decisión de compra y es más proclive a participar en todos los sentidos.

3.3. Comercio Justo

Las organizaciones de comercio justo pretenden establecer un canal de distribución alternativo a los tradicionales, entre los productores de los países del llamado Tercer Mundo y los consumidores de los países avanzados occidentales (EFTA, 1998). Pero es mucho más que eso: también generan unas intensas dinámicas de participación de carácter internacional, como se mostrará a lo largo de este epígrafe.

Históricamente, estas organizaciones surgen por impulso de los consumidores, concienciados y organizados, que quieren comprar incorporando ciertos valores éticos a su decisión de compra (Coque y Pérez, 2000), por lo que se podrían asimilar a cooperativas de consumo (de derecho o de hecho), pero su funcionamiento también supera esta definición, incluyendo muchos más protagonistas.

6.- Sobre la problemática de la extensión del vínculo cooperativo a todos los trabajadores o sólo a los normalizados, véase Álvarez y Coque, 1999.

El flujo real de productos recorre el trayecto entre productores y consumidores a través de la organización de comercio justo. Pero esa cadena de valor añadido incorpora también al producto una gran cantidad de información y unos atributos intangibles que tienen relación, además de con los propios ingredientes o cualidades del producto, con "las condiciones de vida y de trabajo de quien lo elaboró", la remuneración de dicho productor y los efectos medioambientales de la producción (Vilanova y Vilanova, 1996: 46). Este flujo de información es parte constitutiva del comercio justo y permite al consumidor adoptar decisiones que la opacidad informativa del comercio tradicional le niega. Así, el consumidor (individualmente o de forma asociada, lo que reduce los costes de transacción) puede ejercer un control sobre el cumplimiento de los principios del comercio justo.

La integración va más allá, pues el consumidor es (o puede ser) socio de las organizaciones de comercio justo, lo mismo que los productores, que son invitados a incorporarse a las mismas. Dado que éstas adoptan casi exclusivamente formas participativas (cooperativas o asociaciones), ello produce una integración vertical, a lo largo de toda la cadena de valor, no sólo del flujo real, sino del flujo decisional.

Estas organizaciones cumplen también una misión de difusión del espíritu cooperativo al impulsar la creación de organizaciones empresariales de carácter democrático entre los proveedores (Buendía et al., 1999; Vilanova y Vilanova, 1996) que, por otra parte, son escogidos entre aquellos que adoptan formas cooperativistas o funcionamiento democrático (IFAT, 1993; citado en Buendía et al., 1999: 1420).

La participación se extiende más allá de esta cadena de distribución, incluyendo a las comunidades, tanto del país de origen como de destino.

La comunidad en el país de origen participa en los flujos financieros, recibiendo parte de los beneficios de los productores, que son invertidos en proyectos de interés social (como educación, salud, microcréditos, vivienda, etc.) controlados y gestionados por la propia comunidad.

Esto, junto al papel de las organizaciones de comercio justo como difusoras de know-how e información sobre condiciones de mercado, técnicas de producción, mecanismos de control de calidad, etc. permiten hablar del comercio justo como "proyecto de desarrollo local" (Buendía et al., 1999: 1422).

La comunidad destino participa en el proceso de comercio justo mediante una red social de apoyo. Se trata de dinamizar la colaboración con ONGs y todo tipo de instituciones, constituir lobbies contra el comercio "injusto", realizar campañas de concienciación, promover el consumo de productos de comercio justo, etc.

También pueden darse relaciones comunidad-comunidad, por las que se establecen nuevos vínculos directos que permiten el nacimiento de otros proyectos de desarrollo y transferencias de fondos paralelas a las propiciadas por la organización de comercio justo⁷.

3.4. Banca alternativa

Está fuera de duda el importante papel de las organizaciones de participación en el ámbito financiero y su trascendencia para el desarrollo local. Su papel viene por tres vías (Carrasco, 1999: 191): gracias a su implantación regional "evitan los trasvases de recursos financieros hacia otras regiones (...) la práctica de la intercooperación anima el nacimiento de otras sociedades de carácter cooperativo (...) (y pueden facilitar) la mejora de los factores productivos por la puesta en marcha de forma directa de proyectos como sociedades de inversión o centros de investigación".

Las iniciativas de banca alternativa nacen impulsadas por un doble motivo. Por un lado, un movimiento desde los ahorradores: la conciencia social y ecológica les lleva a querer controlar el uso que se hace de sus ahorros, dirigiéndolos a proyectos de inversión que respeten ciertos condicionantes éticos y no dañen el medioambiente. Es el principio de "soberanía económica": el ahorrador recupera el control sobre su dinero.

Por otro lado, un movimiento desde los prestatarios: la falta de recursos propios, la restricción del crédito y la incapacidad para acudir a los mercados de capitales (Vidal, 1996) de las empresas de la nueva economía social, lleva a los promotores de dichos proyectos a crear un sistema alternativo de financiación.

En Europa, iniciativas como Triodos Bank (Holanda), Intermag (Venecia), Cigale (París) o el Òko-Bank (Banco ecológico, Frankfurt), casi todas bajo la forma de cooperativa de crédito y agrupadas en la INAISE (International Association of Investors in the Social Economy), financian centenares de iniciativas desde hace más de una década.

En España funcionan algunas iniciativas con la forma de sección de crédito de una cooperativa o como "fondo de solidaridad" en fundaciones y asociaciones. Recientemente, se ha constituido un fondo para microcréditos que, gestionado por la Federación Española de Entidades de Empresas de Inserción Social (FEEDI), financia inversiones en este tipo de empresas con un capital inicial de 100 millones de pesetas dotadas por la Fundación Telefónica.

7.- En la práctica, es frecuente el proceso inverso, por el que las relaciones entre comunidades, provocadas por proyectos de cooperación para el desarrollo, dan lugar, posteriormente, a establecimiento de experiencias de comercio justo.

Cuadro 5. Iniciativas financiadas habitualmente por la banca alternativa

- Autoempleo, trabajo cooperativo
- Iniciativas de vivienda con criterio social y ecológico
- Proyectos de generación y uso de energías limpias, renovables y descentralizables
- Reciclado de residuos
- Agricultura y ganadería ecológica
- Investigación científica alternativa, tecnologías "dulces"
- Comercio justo
- Educación y formación con pedagogías innovadoras
- Empleo para colectivos marginados
- Proyectos de desarrollo integral de zonas, pueblos o barrios
- Transporte ecológico
- ...

Fuente: Vilanova y Vilanova, 1996: 60-61

Los clientes (ahorradores o prestatarios) suelen ser los socios, por lo que participan democráticamente en la toma de decisiones. Además, como comentábamos más arriba, el ahorrador recupera el control sobre su dinero al recibir información precisa sobre su utilización y el prestatario debe suministrar información, permitiendo que se audite la calidad social o ecológica de su proyecto de inversión.

En una situación ideal, toda la comunidad donde se asienta la empresa financiera participa en las decisiones sobre el destino de los fondos: qué proyectos le parecen más rentables socialmente, van a generar un mayor desarrollo para la zona o responden más a las necesidades reales de la comunidad. Esta participación, bien gestionada, sería una de las mayores contribuciones que la nueva economía social podría hacer a la democratización de la vida económica (Schweickart, 1993).

Este es también el espíritu de algunos productos financieros novedosos, vinculados a los nuevos yacimientos de empleo, como el Ahorro de Proximidad, consistente en "depósitos bancarios cualificados que sólo pueden dirigirse a financiar determinadas actividades" (Coque y Pérez, 2000: 56) radicadas en el ámbito territorial que generó el ahorro.

3.5. Otras iniciativas

La economía social muestra una creciente preocupación por los problemas ambientales (CIDEA 2000) y la última redacción de los principios cooperativos hace "referencia al trabajo de las cooperativas por el desarrollo sostenible de sus comunidades" (Juliá y Gallego, 2000: 133).

En este sentido han surgido varias experiencias como las empresas recuperadoras, agrupadas en la AERESS (Asociación de Empresas Recuperadoras de Economía Social y Solidaria). La recuperación y reciclaje de residuos es un nuevo yacimiento de empleo (Comisión Europea, 1993) que ha propiciado la entrada en el mundo empresarial tanto de entidades dedicadas a la inserción social como de grupos ecologistas. Para su éxito, es imprescindible la implicación de la comunidad en el proceso productivo, que comienza cuando los ciudadanos aportan productos y enseres de segunda mano que serán recuperados y comercializados o cuando separan las basuras en su hogar para permitir su reciclado. Debido a esta implicación en el flujo real, la formación, la información y la educación de la comunidad son importantes, pues conducirán a la concienciación sobre el tema y a que en los hogares se tomen las decisiones adecuadas en esta parte del proceso.

Otro campo en el que han florecido proyectos empresariales es el del consumo responsable y el de los productos ecológicos. Asociados en cooperativas de consumo, los socios-consumidores exigen información sobre aquello que compran y opinan sobre qué productos son adecuados para su venta en la cooperativa estableciendo criterios ecológicos o sociales que deben verificar los productos (normalmente de alimentación, aunque pueden encontrarse todo tipo de bienes manufacturados con respeto al medio ambiente: papeles, barnices y pinturas, muebles y objetos de madera, etc.). La reflexión y educación sobre el propio hecho del consumo es también un objetivo de estas experiencias, que cumplen una labor informativa de primer orden de cara a sus socios.

Con el fin de permitir la comparación y el análisis de todos estos datos, se presenta una síntesis en el cuadro 6. Otras características participativas que suelen darse en estas iniciativas se recogen en la tabla bajo el epígrafe "En general".

Cuadro 6. Características más sobresalientes de la participación en las distintas iniciativas de la nueva economía social

Experiencia	Stakeholders más relevantes	Flujo real	Flujo financiero	Flujo informativo y decisional
TRUEQUE	Socios	<ul style="list-style-type: none"> • Cada socio es, a la vez, productor y consumidor de bienes o servicios que son intercambiados 	<ul style="list-style-type: none"> • Pequeña aportación inicial de capital • No hay cobros ni pagos en dinero • Sistema de "anotaciones en cuenta" 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión democrática • Los participes en la transacción fijan los precios • Transparencia informativa sobre los intercambios
EMPRESAS DE INSERCIÓN SOCIAL	Entidad promotora	<ul style="list-style-type: none"> • Puede aportar know-how para los procesos productivos • Puede aportar reputación que facilite la comercialización de los productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Aporta capital • No recibe remuneración por su aportación 	<ul style="list-style-type: none"> • Función de control de la gestión (similar a un Consejo de Administración) • Controla la calidad social evitando isomorfismo (BAGER, 1994)
	Trabajadores normalizados	Aportan trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Pueden aportar capital • Reciben remuneración 	Participan en la toma de decisiones de forma democrática
	Trabajadores en inserción		<ul style="list-style-type: none"> • No realizan aportación de capital • Reciben remuneración 	Viven un proceso "hacia la participación" paralelo a su proceso educativo
	Voluntarios	Aportan trabajo	Renuncian a participar en el flujo financiero (al menos como receptores)	Suele permitirse la participación en la toma de decisiones de forma democrática, aunque su participación puede tener límites
	Comunidad		<ul style="list-style-type: none"> • Son invitados a convertirse en inversores aportando fondos mediante bonos solidarios • Reciben o no compensación por su aportación (según el tipo de bonos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Recibe información transparente sobre la calidad social del proyecto • Reciben información que promueve la sensibilización sobre la problemática social de los beneficiarios
	Clientes	Compran bienes o servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Pagan por los bienes o servicios adquiridos 	<ul style="list-style-type: none"> • Normalmente, tienen una información detallada sobre los fines de la empresa y están concienciados. El apoyo al proyecto influye en su decisión de compra

Experiencia	Stakeholders más relevantes	Flujo real		Flujo financiero	Flujo informativo y decisional
COMERCIO JUSTO	Socios	Generalmente, son consumidores		Pagan por los bienes o servicios adquiridos	Las organizaciones de comercio justo adoptan casi exclusivamente formas participativas (cooperativas o asociaciones)
		Generalmente aportan trabajo	Remunerado Voluntario	Reciben remuneración Reciben sólo compensación moral	
	Consumidores	Adquieren productos		Pagan los productos que adquieren	<ul style="list-style-type: none"> • Reciben información exhaustiva sobre la organización, finanzas, condiciones de producción, origen de los productos, etc. • Ejercen función de control (individualmente o asociados) sobre el cumplimiento de los principios de comercio justo
	Proveedores	Aportan productos		Cobran por los productos	<ul style="list-style-type: none"> • Se les trata de involucrar como socios en las organizaciones de comercio justo para que participen plenamente • Deben proporcionar información y admitir auditorías sociales • Los trabajadores de la empresa proveedora participan democráticamente, pues se escogen suministradores que adopten formas cooperativistas • Se promueve la creación de organizaciones empresariales de carácter democrático
	Comunidad (país de origen)	El subsistema real adopta formas productivas respetuosas con el medio ambiente, que disfrutará la comunidad		Reciben parte de los beneficios generados por el proveedor en forma de proyectos de educación, salud, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Controlan los proyectos puestos en marcha con los beneficios • Participan en la toma de decisiones
EMPRESAS RECUPERADORAS	Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Aporta productos y enseres de segunda mano que serán recuperados y comercializados • Separa las basuras para permitir su reciclado 			Al participar en una fase crucial del proceso productivo, las decisiones que a este efecto tome son de gran trascendencia. Por ello, la formación, la información y la educación de la comunidad son tan importantes

BANCA ALTERNATIVA	Ciente	Ahorrador	Aporta fondos y recibe remuneración (interés) a cambio	"Soberanía económica". El ahorrador recupera control sobre el destino de su dinero y el uso que se va a hacer de él.
		Prestatario	<ul style="list-style-type: none"> • Recibe fondos y debe destinarlos a proyectos de interés social, ecológico o cultural aprobados por la entidad de crédito • Paga un precio por ellos (interés) 	Permite que se audite la calidad social, ecológica o cultural (según el caso) de su iniciativa
	Socio	<ul style="list-style-type: none"> • Pueden coincidir con los clientes o ser una entidad sin ánimo de lucro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aportan capital. • Reciben remuneración por su aportación 	Adoptan formas democráticas: cooperativas (secc. de crédito de) o asociaciones
	Comunidad		<p>Recibe fondos para proyectos con componente social. La inversión suele ser en el área geográficamente más próxima a la empresa (excepciones: Tercer Mundo, por ejemplo)</p>	En una situación ideal, toda la comunidad donde se asienta la empresa participa en las decisiones sobre el destino de los fondos (inversión)

CONSUMO RESPONSABLE / PRODUCTOS ECOLÓGICOS	Consumidor	Muchas veces, adoptan la forma de cooperativas de consumo, por lo que el consumidor será también socio y participará como tal en los tres flujos		
		Adquieren productos	Pagan por los productos que adquieren	<ul style="list-style-type: none"> • Recibe información exhaustiva sobre las condiciones (ecológicas, derechos laborales, etc.) en que se realiza la producción • Generalmente, puede dar su opinión sobre qué productos le parecen adecuados y participar en la toma de decisiones • Hay un proceso informativo-educativo sobre el consumo responsable
	Comunidad	Los productos comercializados se producen en el seno de la comunidad local (los proveedores han de pertenecer a la comunidad)	La remuneración de los proveedores recae en la comunidad local en mayor medida que en cualquier otro tipo de comercio. Ello incentiva el desarrollo local	<p>Recibe información para dar pie a la participación social en demanda de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de tecnologías no contaminantes o peligrosas en la zona • Respeto a las condiciones medioambientales • Respeto a la salud pública • Políticas de apoyo al medioambiente

EN GENERAL	Comunidad		Parte de los beneficios de la empresa suelen ser destinados a proyectos de interés social	<ul style="list-style-type: none"> • Se incorpora a tareas de control sobre las condiciones de la actividad (ecológicas, laborales) • Participa democráticamente en las decisiones de asignación de recursos financieros a las distintas actividades. Control sobre qué actividades empresariales desea en su entorno • Se promueve la transparencia informativa en todos los órdenes y una tarea de sensibilización, a menudo editando revistas o boletines. • Apertura de los locales de las empresas a la participación comunitaria: Organización de eventos culturales, lúdicos, etc
	Otras empresas de la economía social	Establecimiento de redes para coordinar a provisionamientos o comercialización, proyectos conjuntos, etc.	Redes para mejorar las condiciones de financiación, gestionar picos de tesorería, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Intercambio de información • Asesoramiento mutuo

Fuente: Elaboración propia

4.- Conclusiones

Si la economía social busca resolver los problemas de la sociedad en que se desarrolla, debe ir dando pie a la participación cada vez más profunda de sus stakeholders. Así se devuelve el sentido democrático y de participación a la vida económica de la sociedad y la economía social podrá ser llamada, con propiedad, economía de la participación.

No cabe duda de que allí donde se introduce la participación democrática de los agentes sociales, se alcanzan unas cotas de bienestar y cohesión social no igualadas en otras circunstancias.

Se ha presentado en este trabajo la forma en que diversas manifestaciones de la nueva economía social o "economía social comprometida" (Tomás Carpi, 1997), articulan la participación de sus diversos grupos de interés. La situación aquí descrita debe avanzar hacia una participación más perfecta, en que todos los stakeholders de la empresa, sin contradecir el principio de autonomía e independencia, puedan ser partícipes en su gestión.

Ello mejorará sus resultados, según demuestran los estudios empíricos sobre la gestión stakeholder, y es más propio de la cultura y ética empresarial cooperativa. El principio cooperativo de educación, formación e información y el de interés por la comunidad⁸ pueden servir de base para dar alguno de los pasos aquí propuestos.

Se observa en la sociedad un interés creciente por tener información, "materia prima de la toma de decisiones" (García-Gutiérrez, 1995: 62), sobre diversos aspectos de las transacciones comerciales y otras actividades económicas en las que se intervienen. Recordemos los recientes problemas de (in)seguridad alimentaria, las denuncias sobre casos de explotación infantil en fábricas del Tercer Mundo, o el surgimiento y desarrollo de Fondos de Inversión "éticos" en las principales gestoras de patrimonios. Es, sin duda, una tendencia interesante que va a potenciar el crecimiento de aquellas empresas que den pie a una mayor participación, incluyendo aquí a todos los grupos implicados, especialmente a sus clientes y a las comunidades en que se asientan.

8.- La nueva formulación de los principios cooperativos "generaliza el objetivo de servir los intereses comunitarios dándole el carácter de principio cooperativo que antes no tenía" (Juliá y Gallego, 2000: 133).

Bibliografía

- ÁLVAREZ, I. y COQUE, J. Los promotores de sociedades cooperativas de inserción social: análisis económico y jurídico. *REVESCO - Revista de Estudios Cooperativos*, 1999, nº 67, pp. 7-36.
- BAGER, T. Isomorphic Processes and the Transformation of Cooperatives. *Annals of Public and Cooperative Economics*, vol. 65, nº 1, 1994, pp. 37-51.
- BAREA, J. y MONZÓN, J. L. *Informe sobre las cooperativas y las sociedades anónimas laborales en España*, Valencia: CIRIEC-INFES, 1996.
- BAREA, J. y MONZÓN, J. L. Los protagonistas de la Economía Social. En CEPES-CIRIEC, *Memoria de la Economía Social*, Valencia: CIRIEC-España, 1999, pp. 9-18.
- BLINDER, A. (ed.), *Paying for Productivity: A Look at the Evidence*, Washington: the Brookings Institution, 1990.
- BUENDÍA, I., COQUE, J. y GARCÍA, J. V. *Las sociedades cooperativas como fórmula de desarrollo local (urbano y rural) en el marco del comercio justo*. En: XIII Congreso Nacional y IX Congreso Hispano-Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), Logroño, 1999, (Ponencias) pp. 1417-1426.
- CARRASCO, I. Cooperativas de crédito, desarrollo y creación de empleo. *CIRIEC-España*, agosto 1999, nº 32, pp. 189-207.
- CHAVES, R. La economía social como enfoque metodológico, como objeto de estudio y como disciplina científica. *CIRIEC-España*, diciembre 1999, nº 33, pp. 115-139.
- CIDEC. Economía Social y Economía Verde, *Noticias de la Economía Pública, Social y Cooperativa*, noviembre 2000, nº 32, p. 26.
- CLARKSON, M. B. E. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 1995, vol. 20, nº1, pp. 92-117.
- COQUE, J. y MÉNDEZ, G. La gestión empresarial del Comercio Justo. *Ingeniería Sin Fronteras-Revista de Cooperación*, otoño 1998, año VI, nº 11.
- COQUE, J. y PÉREZ, E. (dir.) *Manual de creación y gestión de empresas de inserción social*, Oviedo: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, 2000a.
- COQUE, J. y PÉREZ, E. *Cómo gestionar la creación de empresas de inserción social: una perspectiva de participación dinámica*. En: XIV Congreso Nacional y X Congreso Hispano-Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), Jaén, 2000b.

- COMISIÓN EUROPEA. *Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI*, Bruselas: Comisión Europea, 1993.
- CMAF. *L'économie sociale dans le développement de l'Union Européenne*, Bruselas, 1999.
- DEFOURNY, J., FAVREAU, L. y LAVILLE J. L. Introducción a un balance internacional. En: DEFOURNY, U. L., FAVREAU, L. y LAVILLE J. L. *Inserción y nueva economía social*, Valencia: CIRIEC-España, 1997, pp. 15-39.
- DONALDSON, T. y DUNFEE, T. *Ties that bind: A social contracts approach to business ethics*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- DONALDSON, T. y PRESTON, L. E. The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications, *Academy of Management Review*, 1995, vol. 20, nº 1, pp. 65-91.
- EFTA (European Fair Trade Association). *EFTA Fair Trade Yearbook 1997*, Maastrich: EFTA, 1998.
- FERNÁNDEZ, E., MONTES, J. M. y VÁZQUEZ, C. J. Tipología e implicaciones estratégicas de los recursos intangibles. Un enfoque basado en la Teoría de los Recursos, *Revista Asturiana de Economía RAE*, 1998, nº 11, pp. 159 – 183.
- FREEMAN, R. E. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman, 1984.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ, C. El problema de la doble condición de los socios-trabajadores (socios-proveedores y socios-consumidores) ante la gerencia de la empresa cooperativa. *REVESCO - Revista de Estudios Cooperativos*, 1988, nº56, pp. 83-121.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ, C. Las sociedades cooperativas de derecho y las de hecho con arreglo a los valores y a los principios del Congreso de la Alianza Cooperativa Internacional de Manchester en 1995: especial referencia a las sociedades de responsabilidad limitada reguladas en España. *REVESCO - Revista de Estudios Cooperativos*, 1995, nº 61, pp. 53-87.
- HARRISON, J. S. y FREEMAN, R. E. Stakeholders, social responsibility, and performance: empirical evidence and theoretical perspectives. *Academy of Management Journal*, 1999, vol. 42, nº 5, pp. 479-485.
- JEANTET, T. *La Economía Social Europea o la tentación de la democracia en todas las cosas*. Valencia: CIRIEC- España, 2000.
- JONES, T. M. Instrumental stakeholder theory: a synthesis of ethics and economics, *Academy of Management Review*, 1995, vol. 20, nº 2, pp. 404-437.
- JONES, T. M. y WICKS A. C. Convergent Stakeholder Theory. *Academy of Management Review*, 1999, vol. 24, nº 2, pp. 206-221.
- JULIÁ, J. F. y GALLEGO, L. P. Principios cooperativos y legislación de la sociedad cooperativa española. El camino hacia el fortalecimiento de su carácter empresarial. *REVESCO - Revista de Estudios Cooperativos*, 2000, nº 70, pp. 125-146.

- KAY, J. *Fundamentos del éxito empresarial*, Barcelona: Ariel, 1994.
- LEVINE, D. y TYSON, L. Participation, Productivity and the Firm's Environment. En BLINDER, A. (1990), pp. 183-244.
- MONZÓN, J. L. La economía social: Tercer sector de un nuevo escenario. En: DEFOURNY, J. y MONZÓN, J. L. (dir.): *Economía Social. Entre economía capitalista y economía pública*, Valencia: CIRIEC-España, pp. 11-16, 1992.
- O'GRADY, P. J. *Putting the Just-in-Time Philosophy into Practice*, (traducción española: *Just-in-Time*, Madrid: McGraw-Hill, 1993)
- OLMO, S. M., SOPEÑA, M. E. et al. Organizar y gestionar los recursos humanos (II): la inserción social. En COQUE y PÉREZ, 2000a, pp. 289-307.
- OUCHI, W. *Teoría Z*, Barcelona: Orbis, 1984.
- PÉREZ, E. *Las empresas sociales como empresas de doble objetivo. Una caracterización desde la teoría de decisión multicriterio*. En: XIII Congreso Nacional y IX Congreso Hispano-Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), Logroño, 1999, (Comunicaciones) pp. 421-428.
- PÉREZ, E. Competitividad y gestión estratégica de los recursos intangibles en la Empresa de Inserción Social, *CIRIEC-España*, abril 2000a, nº 34, pp.95-118.
- PÉREZ, E. Aspectos financieros: Dónde está el dinero y qué puedo hacer con él. 2000b. En COQUE y PÉREZ, 2000a, pp. 195-209.
- PRESTON, L. E. Stakeholder Management and Organizational Wealth. *Academy of Management Review*, octubre 1999, vol. 24.
- SCHWEICKART, D. *Democracia Económica*, Barcelona: Cristianisme i justícia, 1993.
- TOMÁS CARPI, J. A. La Economía Social en un mundo en transformación. *CIRIEC-España*, abril 1997, nº 25, pp. 83-115.
- VIDAL, I. Economía Social e inserción por el trabajo. En: BAREA y MONZÓN, 1996, pp. 183-244.
- VILANOVA, E. y VILANOVA, R. *Las otras empresas*, Madrid: Talasa, 1996.