

GESTION SECTOR PRIVADO

**UNA PERSPECTIVA DIFERENTE DE ADMINISTRACIÓN,
PRINCIPIOS Y PRODUCTOS DE COOPERATIVAS**

**A DIFFERENT PERSPECTIVE OF ADMINISTRATION,
PRINCIPLES AND PRODUCTS OF COOPERATIVES**

Víctor Rodolfo Heinichen Mansfeld¹

¹Universidad Nacional de Asunción. Facultad de Ciencias Económicas, San Lorenzo, Paraguay.

Recibido: 13/01/2020

Aceptado: 17/02/2020

RESUMEN

La definición clara del propósito cooperativo hace que se pueda diferenciar claramente entre la administración comercial y la administración cooperativa. Este propósito es el que brinda las bases de la evaluación de la administración de una cooperativa, ya que puede dar un resultado diferente al de las empresas con fines de lucro. Surgen cambios en el ambiente cooperativo en relación a la sociedad que propician el alejamiento del interés mutuo y el interés individual. El propósito cooperativo que está definido en la propia definición de cooperativa hace que exista la creación de un pensamiento y forma específica de actuar para la administración cooperativa actuando en conjunto con los socios. El crecimiento de las cooperativas conlleva el desarrollo de planes para cumplir con el propósito cooperativo en base a ciertos criterios, a los que se sugiere sumarles dos criterios importantes: Ética en la gestión de recursos y la calidad. Asimismo, se plantea complementar los principios cooperativos con formas de asegurar el verdadero sentido de los mismos para el futuro y en base a estos se presentan productos innovadores que ayudaran con los productos tradicionales a satisfacer las necesidades económicas y sociales de los socios.

PALABRAS CLAVE: administración, criterios, propósito, principios, productos

ABSTRACT

The clear definition of the cooperative purpose makes it possible to clearly differentiate between the commercial administration and the cooperative administration. This purpose is the one that provides the basis for the evaluation of the administration of a cooperative, since it can give a different result to the companies with profit fines. Changes arise in the cooperative environment in relation to society that favor the separation of mutual interest and individual interest. The cooperative purpose that is defined in the cooperative definition itself means that there is the creation of a specific thought and way of acting for the cooperative administration acting together with the partners. The growth of cooperatives entails the development of plans to fulfill the cooperative purpose based on certain criteria, to which it is specified to add two important criteria. - Cooperative principles are also considered complementary with ways to control their true meaning. for the future and based on these innovative products are presented that help with traditional products, to meet the economic and social needs of the partners.

KEY WORDS: administration, criteria, purpose, principles, products

RESUMO

A definição clara do objetivo da cooperativa permite diferenciar claramente entre a administração comercial e a administração cooperativa. Esse objetivo é o que fornece a base para a avaliação da administração de uma cooperativa, uma vez que pode dar um resultado diferente ao das empresas com fins lucrativos. Mudanças surgem no ambiente cooperativo em relação à sociedade que favorece a separação de interesses mútuos e interesses individuais. O objetivo da cooperativa definido na própria definição de cooperativa significa que existe a criação de um pensamento e uma maneira específicos de agir para a administração da cooperativa, agindo em conjunto com os parceiros. O crescimento das cooperativas implica o desenvolvimento de planos para cumprir o objetivo da cooperativa com base em certos critérios, aos quais se sugere adicionar dois critérios importantes: Ética na gestão de recursos e qualidade. Também propõe complementar os princípios de cooperação com formas de garantir seu verdadeiro significado para o futuro e, com base nesses produtos inovadores, são apresentados que ajudarão os produtos tradicionais a atender às necessidades econômicas e sociais dos parceiros.

PALAVRAS-CHAVE: administração, critérios, objetivo, princípios, produtos

ÑEMOMBYKY

Oñeñe'ëramo Cooperativa rehe niko heta mba'e ojehechakuaáta, ága katu hesakä poräva'erä ñandéve mba'épa administración comercial ha administración cooperativa. Ko'ä mba'ehína oheka ha ojehuoytyséva administración cooperativa ryepýpe, ojehechágui ñambuekuaaha opa mba'e ojehekáva peteĩ empresa ohekáva ombyatyve viru. Ñambue heta mba'e cooperatva rembiapópe umi oipotáva ambue hendáicha oñemba'apo taha'éma interés mutuo ha interés individual rehe oñeñe'ëramao. Cooperativa ñe'eräite niko he'i ha omyesakäporämavoi oikuaaha kuaapy ha mba'apo ambue hendáicha ikatu haguáicha oñemboguata upe administración cooperativa, oñemba'apo ha ojokupytyvo mba'apohára ha isociokuéra ndive. Cooperativa jekakuaa niko oikove ojejuerojeráramo opaichagua tembiapo peteĩ ñe'ë rupive, oñemoĩramo peteĩ ñe'ëme ha upéva ári ñemboguata opa mba'e ha ko'ä mba'épe oñembojoapy jey moköive mba'e iporätava: Ética en la gestión de recurso ha calidad, oje'éva karaiñe'ëme. Ha péichape oñeñeha'ä oñemopyrenda principios cooperativos kuápe ojejuerekóva ikatu haguáicha oñemombarete mba'etépa upe he'iséva tenonderäve guarä ha ko'áva ári ojehechauka mba'epyahueta oipytyvökuaátava opa mba'e ojejapóvavoi oguahë ha oipota haguä mayma socio ohekáva ñeekonomíape guarä.

ÑE'ÉRÄKUÉRA: administración (ñeisämbyhykuaa), criterios (ñe'ëpyrenda), propósitos (ojehekáva), principios (tekopykatu), productos (oñeikuäve'ëva)

AUTOR CORRESPONDIENTE: Prof. Lic.Víctor Rodolfo Heinichen Mansfeld. Docente. Universidad Nacional de Asunción. Facultad de Ciencias Económicas. San Lorenzo, Paraguay. **Email:** vheinichen@gmail.com

INTRODUCCIÓN

En todas las discusiones sobre valores cooperativos y las dificultades para el mantenimiento de la democracia en las cooperativas muy poco es lo que se ha dicho sobre el propósito cooperativo. No obstante, sin una clara definición del propósito cooperativo jamás se podrá de diferenciar claramente la cultura de la administración cooperativa de la cultura gerencial en general. El propósito cooperativo puede brindar criterios de rendimiento a nivel cooperativo que destacarán los criterios de nivel funcional relacionados con la actividad específica que desarrolla la cooperativa. Así la cooperativa como entidad sin fines de lucro de carácter económico y social [1], puede tener resultados en otros aspectos que se reflejan justamente en el Balance Social.

El propósito cooperativo brinda las bases para estructurar una forma de desarrollo de la administración cooperativa como criterio para evaluar el desempeño de la administración de una cooperativa. El análisis fundado en un propósito cooperativo provee la clave para resolver las diferencias, entre una administración profesional con mayor complejidad de la toma de decisiones como las comerciales, y el compromiso y control de los miembros sobre sus sociedades cooperativas.

Cuando el ambiente que nos rodea cambia, es razonable reconsiderar el propósito cooperativo como parte del proceso de revisión de nuestros valores y principios básicos. Toda la bibliografía que toma en cuenta los problemas del entorno con las distintas variables para el desarrollo cooperativo, establece la mayor importancia de la administración profesional para el éxito de la empresa cooperativa, así como la resistencia que esto produce para los principios cooperativos. Varios autores como Ian Mc Pherson y Reimer Volkens en sus materiales Identidad Cooperativa Siglo XXI e Informe sobre gobierno societario y sistemas de control administrativo, destacan el tumultuoso y variable entorno y los problemas de lealtad de la administración, con las ideas cooperativas cuando las sociedades adquieren mayores dimensiones para hacer frente a las necesidades.

Se ha identificado seis cambios fundamentales en el ambiente cooperativo en relación a la sociedad. En primer lugar, el aumento de la competencia y el crecimiento en tamaño y concentración de los negocios que se basan en el capital. En segundo lugar, la crisis para el financiamiento continuo del Estado para asegurar el bienestar en la mayoría de los países. En tercer lugar, las presiones competitivas y bajos costos de la mano de obra en las nuevas naciones industrializadas. Cuarto, el cambio demográfico que tiene como resultado el envejecimiento de la población en algunas de las economías del mundo. Y al final el cambio quizás más importante, el deterioro e incluso la desaparición de lo que llamamos comunidad. Esto se puede ver, tanto en la declinación del empleo y comunidad rural, como en el aumento de los sin techo, pobreza y crímenes de toda laya en las grandes ciudades y capitales de los países. La migración continua de población del campo a la ciudad deja tras sí comunidades rurales envejecidas y declinantes, en tanto que agrega nuevas presiones a los centros urbanos sobrepoblados con cinturones de pobreza.

Los efectos de estos cambios sobre la administración cooperativa y los socios de las cooperativas se pueden percibir en su creciente sentimiento de aislamiento cultural e incertidumbre, para no decir desmoralización total e incluso amenaza de subvención [2]. Estamos en un tiempo en que se considera que la expansión del capital social es una legitimación del mejor trato en las concesiones que se dan a nivel administrativo. El individualismo ha desplazado a la comunidad y la filosofía del consumismo, que domina el

pensamiento de muchas administraciones cooperativas, tiene poco que ofrecer para contrarrestar la tendencia hacia el interés individual y el alejamiento del interés mutuo [2].

Cuando hablamos del porque estamos dentro del cooperativismo sencillamente contestamos con la definición de cooperativa: “Una cooperativa es la asociación voluntaria de personas que se asocian sobre la base del esfuerzo propio y la ayuda mutua, para organizar una empresa económica y social sin fines de lucro, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas” [1]. Para el futuro cabría saber cuáles serían esas necesidades individuales y colectivas que debemos satisfacer. Esta es la cuestión, siendo que si solamente se tienen en cuenta los propósitos económicos y sociales de las cooperativas estaremos en situación de evaluar la actuación de su administración. No obstante, en el movimiento cooperativo hay una variedad de actividades comerciales que abarcan la mayoría de los aspectos de la vida económica y social del hombre y que se desarrollan en varios escenarios culturales y técnicos. Es por esto precisamente que el propósito, es decir la misión de las cooperativas, es tan importante.

Las cooperativas reconocen valores con los cuáles están comprometidos y, reside realmente en la manera en que se manejan los valores y principios, la creación de un pensamiento y forma específica de actuar para la administración cooperativa [3]. La definición también ofrece a los miembros de las cooperativas una clara comprensión, de los propósitos generales y particulares de las cooperativas, así como un criterio para evaluar el rendimiento de la administración cooperativo en su actuación comercial. La satisfacción de las necesidades comunes tanto económicas como sociales, el propósito de la cooperación propiamente dicho, es subsanar el desequilibrio creciente del poder del mercado, mediante el aumento de la propiedad colectiva e individual de los recursos de capital en poder de los miembros [3]. Esto fue lo que llevo a los 24 pioneros de Rochdale y a Raiffeisen entre otros, a crear esta forma de vida y aún hoy con las diferencias cada vez más crecientes entre ricos y pobres, este principio fundamental sigue siendo válido. Puede tratarse de una cooperativa de trabajo que reúne a gente para crear, asegurar y satisfacer el empleo que no pueden encontrar en el mercado abierto del trabajo, o de la cooperativa cuyos miembros son pequeños agricultores que buscan mayores ventajas en la venta de sus productos en un sistema de distribución cada vez más concentrado y poderoso. Podría ser un grupo de personas que no pueden lograr adecuadas condiciones de crédito o encontrar una vivienda para comprar o alquilar a un precio razonable en el sistema de mercado vigente. Podría ser de consumo, que desea comprar a un precio justo productos que cumplen criterios éticos y de otra naturaleza. Todos estos cooperativistas tienen en común su vulnerabilidad y falta de

poder individual en el mercado y la insuficiencia de sus recursos personales para satisfacer sus necesidades de subsistencia y bienestar.

Ahora, para que la gente se asocie debe ser primero y principalmente alentada para actuar en conjunto. Esa acción conjunta y en unidad constituye la esencia de la asociación. Todas las cooperativas que alcanzan el éxito, en consecuencia, unen y comprometen a sus miembros en una comunidad económica y social. De aquí nace la importancia de la educación como parte importante del sistema cooperativo, y dentro de la educación cooperativa la moralidad es siempre un componente destacado. Asimismo el logro del poder dentro de las cooperativas se da en base a la unidad y fraternidad.

Siempre se ha reconocido el hecho que si las soluciones cooperativas se han de llevar a cabo, entonces se necesitan relaciones cooperativas y un espíritu de cooperación dentro de la asociación. Es en una comunidad con objetivo humano, con su propio valor intrínseco, donde se puede identificar la construcción de la comunidad que responde al propósito central de las empresas cooperativas [2].

Al crecer las cooperativas desarrollan estrategias, estructuras y políticas administrativas que acrecientan su capacidad para cumplir con esos propósitos cooperativos y la misma definición permite la evaluación más certera de la administración cooperativa en base a los siguientes criterios: La consolidación de la unidad, compromiso y comunidad entre los miembros de la cooperativa, la acumulación de recursos colectivos e individuales por los miembros y el control democrático ejercido por los miembros.

Estos criterios no es que reemplacen a los criterios de funcionalidad, sino que los complementan y dependen de la actividad específica o servicios que presta la cooperativa. Es aquí donde se debe tener en cuenta lo necesario para que la administración cooperativa sea distinta de la administración de la empresas que se basan en el capital, es decir una administración que manifieste en verdad los valores y cultura cooperativa, y que pueda manejar en forma más efectiva desarrollando asociaciones cooperativas que compitan con las sociedades basadas en el capital.

Históricamente siempre el valor clave de la empresa cooperativa fue el servicio, fundamentalmente a sus socios y la comunidad en la que esta inmersa. Los criterios arriba citados que son parte de la administración cooperativa y que empujan el incremento del capital con un control democrático deben llevar también hacia la **ética de la gestión responsable de los recursos**. Esta ética de la gestión responsable de los recursos de los socios siempre será una responsabilidad clave en la administración cooperativa. Hoy día esta ética en la gestión de los recursos también debe estar establecida hacia el medio ambiente al igual que los recursos materiales de la empresa cooperativa. Si enlazamos la

idea de que la cooperativa es una comunidad que actúa en conjunto junto a los valores de mutualidad, autoayuda, igualdad y equidad y agregamos a esto los servicios que prestan las cooperativas y la ética en la gestión responsable de recursos, se estará comprometiendo a los socios, no solamente a trabajar juntos sino el uno para el otro y para su comunidad.

Hay otro valor que para nadie es nuevo y mucho menos para la cultura y propósito cooperativo y es **el compromiso con la calidad**. Desde 1844 en Rochdale, los pioneros del cooperativismo, quienes se asociaron para dar mejores productos a sus socios, siempre la meta del cooperativismo fue entregar productos y servicios de calidad superior a sus socios, y en varias ocasiones lo ha logrado. No se debe tomar el valor de la calidad como una palabra de moda que rescatamos del baúl, sino como representante de que todas las acciones que hacen al servicio y producción cooperativos sean un todo, desde el proceso físico de transformación sean de productos o servicios, con la participación de todos los socios. No hay calidad cierta sin mutualismo. Tanto los socios, los proveedores de bienes y servicios y los productores tienen responsabilidades mutuas uno con el otro en todos los sentidos y este valor – la calidad – está definido por la valía del mutualismo entre los diferentes actores y es precisamente eso lo que el público percibe marcando la diferencia con otros tipos de empresa.

La administración cooperativa no se basa en el ejercicio de la autoridad sino en la promoción del compromiso y participación, como parte de la comunidad cooperativa. Esta se basa profesionalmente en los valores éticos de honestidad, sinceridad, responsabilidad social y principios cooperativos, y su función principal es brindar directivas claras a los socios para el desarrollo de políticas y estrategias que darán a la cooperativa el poder necesario en la búsqueda del propósito cooperativo. Mediante la incorporación de una efectiva administración se puede eliminar la tensión de escala creciente que existe entre administración y democracia, dentro de la empresa cooperativa. Al establecer claramente el propósito cooperativo se sientan las bases con las cuales se pueden juzgar el desarrollo y el rendimiento de la administración en un contexto cooperativo. Asimismo, se debe dotar de poder a la administración dándole una base de valor y los principios con los cuales desarrollarán su práctica así como la confianza de saber cómo pueden actuar y por qué están actuando con la incorporación de nuevos valores como la ética responsable de los recursos y el compromiso con la calidad.-

Principios

La vida cooperativa y las actuaciones societarias y empresariales de las cooperativas habrán de manifestarse y caracterizarse en modos de ser y actuar de las cooperativas y en

caracteres propios, que constituyen los llamados principios cooperativos y que han de ser siempre evolutivos, en armonía con la evolución de la comunidad política y de las circunstancias de lugar y tiempo.

En esta evolución, como principio común, entendemos que serán y seguirán siendo principios básicos, esto es, propios principios cooperativos [1], los que siguiendo la tradición histórica se enuncian como sigue y que a los efectos de cumplir mejor con el propósito cooperativo se exponen algunos agregados conceptuales:

Primer principio: Membrecía abierta y voluntaria Con limitaciones a la libre adhesión, por razones de estabilidad y eficacia empresarial de las cooperativas. El carácter y rigor empresarial debe ser igual para todas las cooperativas.

Segundo principio: Control democrático de los miembros. Se mantendrá invariable, un socio, un voto.

Tercer principio: Participación económica de los miembros. La no generación de intereses al capital constitutivo. Distribución no lucrativa del excedente, y en proporción directa a la utilización de los servicios, o de acuerdo con la participación de los socios en los trabajos emprendidos en común, con la posibilidad de capitalizar los retornos de manera a potenciar la cooperativa

Cuarto principio: Autonomía e independencia. Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua controladas por sus miembros.

Quinto principio: Educación, entrenamiento e información Es la regla de oro del cooperativismo. Debe estar acompañada de un doble compromiso, un primer compromiso el de hacer efectiva la educación en la vida real, ya que existen muchas capacitaciones en nombre de la educación cooperativa pero ahí quedan sin aplicación en la comunidad. Un segundo compromiso que se traduzca en ampliar los ideales cooperativos y desarrollar el cooperativismo en los lugares donde más se necesite de este tipo de organizaciones

Sexto principio: Cooperación entre cooperativas. Tanto en el aspecto societario, en federaciones, y confederaciones como así también en el aspecto comercial formando consorcios empresariales e incluso con terceros siempre y cuando el objetivo sea potenciar el objeto social y las actividades empresariales de las cooperativas.

Séptimo principio: Compromiso con la comunidad y sostenibilidad ambiental. Trabajar por el desarrollo sostenible de su comunidad apoyado por sus miembros.

Estas ideas expuestas son una perspectiva de lo que en el futuro tendrían que ser las cooperativas y la actual legislación permite practicar las mismas en todas las cooperativas, siendo que ninguna de las propuestas riñe con el principio en sí. Esto hará que las cooperativas que han nacido en forma pequeña y modesta puedan llegar a convertirse, en

virtud del ejercicio de la libertad y autonomía cooperativa en poderosas empresas que se dediquen a cumplir con el propósito cooperativo de satisfacer de las necesidades comunes tanto económicas como sociales de cada uno de los socios.

Productos

A los efectos de presentar el diseño de nuevos productos financieros que potencialmente puede desarrollar una cooperativa en este siglo XXI, se incluye un resumen de las principales tendencias de mercados en términos de productos financieros tanto a nivel nacional y regional

Se enfoca primeramente un análisis de los mercados crediticios de diversos países basados en nuevas tendencias, enfoques de innovaciones, variaciones que permiten interpretar que es lo que buscan los mercados y los socios en el presente, a su vez interpretando los cambios en perfiles culturales de las nuevas cohortes que se van sumando a la sociedad presente.

Producto de las averiguaciones realizadas, se presentan las tendencias en algunos países y a continuación los productos que las cooperativas pueden desarrollar.

Argentina

Se destaca en la Argentina el desarrollo del sistema de garantizadoras de crédito conocidas como SGR [8]. Son creadas con aporte de grandes empresas en un 50% y por MIPYMES que dan servicios y productos para esas grandes empresas en un 50%. Con el aporte de la liquidez de las grandes empresas, se crean fondos de garantía destinados a respaldar emisiones de garantías que son emitidas por las SGR a favor de las MIPYMES, las cuales pueden usar esas garantías para efectivizar cuentas a cobrar (pagares, cheques, contratos o facturas a crédito). La garantía emitida por la SGR logra que el riesgo de la MIPYME forme parte de la gran empresa y, por ende el costo financiero que pagan por descontar sus cuentas se reduce en forma significativa.

El segmento de los créditos on line se vio alentado por estar dirigido a un sector de la población que siempre estuvo en segunda línea por el sistema tradicional financiero. Son opciones de financiamiento que se instituyen entre particulares, siendo una alternativa más en el mercado financiero tradicional.

Las empresas que se dedican a la actividad de los créditos online hacen dos actividades principales: una es la canalización de los fondos y otra la intermediación financiera. Se basa en un proceso totalmente digital y la financiación del sistema se da a través de la canalización de fondos (no hay depósitos en bancos).

El nivel de informalidad de la actividad económica de la Argentina sigue siendo alta, pues el 45% de los argentinos no posee una cuenta de banco. Las entidades como los bancos se orientan al segmento alto medio de la población, las proveedoras de fondos no financieras como las cooperativas al segmento medio y las Fintech [5] en el segmento medio bajo.

Las Fintech son una industria financiera que aplica nuevas tecnologías via internet a actividades financieras y de inversión.

Las Fintech ofrecen herramientas tecnológicas que ayudan a la realización de actos jurídicos relacionados con el dinero de forma eficiente, sencilla, y con costos razonables, que se divide en cuatro segmentos: Herramientas de operación y medios de pago, conocimiento del cliente y Big Data, seguridad e identificación de personas, dinero electrónico.

La vista rápida realizada al mercado argentino deja en el tintero dos ideas que pueden ser manejadas. Por un lado el Sistema Garantizador de Crédito y por otro lado el desarrollo de unidades Fintech.

Brasil

Al investigar el sistema financiero brasilero uno se encuentra con un nombre que se convirtió a partir del 2014 en un emblema: NUBANK [4], a fin de entender el corte ideológico en el mercado que tiene ahora como centro al cliente pero atendido con rapidez y en la forma más simple posible.

Las nuevas generaciones (milenials en adelante) incluye a individuos que no toleran burocracia, lentitud, procesos complejos o trato frío. Buscan inmediatez. Cuando se dispone de información de clientes, cuánto gana, cuánto gasta, cuanto debe, su historial crediticio, sus características personales, su edad, sexo, nivel de formación académica, situación conyugal y familiar, su lugar de residencia, etc., y se cuenta con procesos estadísticos trabajados y a su vez esta información dando soporte a motores de decisión que operan on line, se pueden procesar y resolver pedidos en forma instantánea, inclusive pasando por encima de restricciones clásicas que han excluido a grandes porciones de la población del sector financiero formal.

El NUBANK luego de darse cuenta de la mala reputación de las empresas financieras entre los usuarios, decidió entender por qué sucedía y como cambiarlo. Empresas como Netflix o Amazon han tenido éxito principalmente porque han puesto al usuario en el centro y hacen lo posible para mejorar esa experiencia. Por ello NUBANK, impulso una transformación en su enfoque de negocios basados en los siguientes 4 factores: Primero: Tecnología, desarrollar toda su tecnología en casa, no se debe tercerizar. Segundo: Diseño, el consumidor sufría a causa de la complejidad, tenía que hacer mil procesos, llamadas, visitas

y demás, los bancos mantenían rehenes a los clientes. Por eso, la simplificación y la transparencia son el diferencial. Tercero: Ciencia de datos: utilizar y aprovechar al máximo la información y Cuarto: Experiencia, mejorarla siempre. Por ejemplo, si el cliente tiene que llamar al banco, que le respondan inmediato. Que no esté limitado al horario de oficina ni mucho menos que se sientan ignorados.

Chile

El mercado financiero chileno muestra como señales claras el enfoque que ha dado a los productos crediticios que ofrecen al sector de las empresas para incentivar la innovación y el cuidado del medio ambiente, de los empleados y de la comunidad en general. Culturalmente, la sociedad chilena ha resuelto apostar fuerte por el cuidado del ambiente y la comunidad, y la oferta de productos crediticios que se orientan en esa dirección ha crecido. Lo mismo se observa con créditos destinados para potenciar las capacidades de exportación de MIPYMES o grandes firmas. Los préstamos cuentan con incentivos en materia de tasas de interés, plazos, forma de pago y exigencias de garantías que son otorgados a clientes que apuestan e intervienen en mejores prácticas para la gestión global de los riesgos.

A nivel nacional se ha realizado averiguaciones con algunos referentes del mercado financiero nacional para poder marcar ciertas tendencias que puedan llevar a indicar los productos que podrían ofrecer las cooperativas de ahorro y crédito, a más de los productos tradicionales como ahorros, prestamos, servicios solidarios etc.

El Instituto Nacional de Cooperativismo [6] alienta la innovación tecnológica y crediticia para expandir la gama de productos y servicios ofrecidos por las cooperativas a sus asociados. Se destaca el marco normativo flexible y amplio que faculta a las cooperativas a operar con diversos productos financieros.

La Agencia Financiera de Desarrollo [7] ha puesto a disposición de los bancos, financieras y cooperativas diversos productos de fondeo a largo plazo. También la AFD ha desarrollado el producto FONDO DE GARANTIA para la emisión de avales para respaldar los créditos de clientes que operan con diversos tipos de IFIs.

Los bancos y financieras en general apuestan a la centralización de datos, a los efectos de conocer los deseos de sus clientes e ir ideando productos que satisfagan las nuevas necesidades. La mayoría de ellos cuentan con web banking y las operaciones normales de las entidades bancarias.

Del análisis del mercado financiero local e internacional, surgen las siguientes tendencias que han sido tomadas como base para sugerir los nuevos productos de crédito para la cooperativa. El mercado de productos de créditos tradicionales está saturado, se enfoca

hacia el desarrollo de aplicaciones y plataformas digitales, hay caída del margen de intermediación, se está generalizando el uso de información estadística a gran escala (Big Data) y los consumidores buscan nuevas soluciones.

Considerando las tendencias actuales del mercado se pueden sugerir a las cooperativas en general los siguientes productos:

1. Créditos con respaldo del Fondo de Garantía

Consiste en un préstamo contra pagare otorgado por las cooperativas a clientes que cuentan con unidades productivas de negocios, préstamo que es avalado o respaldado o garantizado hasta un 70% del valor del crédito.-

2. Descuento de facturas

Es un producto financiero por el cual un socio que posee una factura crédito a cobrar transforma este instrumento en efectivo.-

3. Créditos para el mejoramiento de la gestión ambiental

Prestamos especiales destinados a la mejora de la gestión ambiental de las unidades de negocios de socios de la cooperativa.-

4. Créditos con garantía fiduciaria

Otorgamiento de préstamos respaldado por garantías fiduciarias en sustitución de hipotecas.-

5. Pago de sueldos con líneas de crédito

La cooperativa ofrece un servicio consistente en el pago de los sueldos a empleados de empresas.-

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En cuanto a la administración, se ha realizado consideraciones con relación al propósito cooperativo y las diferencias ideológicas entre el resultado económico de las entidades con fines de lucro y las cooperativas. Para que el resultado económico de las cooperativas sea más satisfactorio se propusieron dos nuevos valores, la ética de la gestión responsable de los recursos y el compromiso con la calidad, que tendrían que formar parte de la administración cooperativa para cumplir plenamente con el propósito cooperativo.

Los principios cooperativos si bien están establecidos por Ley, fueron ampliados de manera a contribuir más eficientemente con el resultado de las cooperativas como la limitación al ingreso de socios, la no retribución al capital de constitución, educación pragmática y dirigida y asociaciones de cooperativas a fin de potenciar sus capacidades económicas y sociales en conjunto.

Resultado de un análisis de las tendencias regionales en cuanto al accionar de las personas, con relación a los productos financieros y los que las empresas están ofreciendo para satisfacer las necesidades emergentes, como así también una vista del mercado nacional de entidades de intermediación financiera y del propio ente regulador de las cooperativas con relación al mismo tema, se propuso nuevos productos financieros para cooperativas como créditos con garantía fiduciaria, descuentos de facturas, préstamos con respaldo de un fondo de garantía, créditos para mejoramiento de la gestión ambiental y pago de salarios con líneas de crédito.

CONCLUSIÓN

El objeto del presente trabajo ha sido presentar algunas reflexiones sobre el cooperativismo tomando en cuenta que las cooperativas son entidades de carácter social y económico, sin fines de lucro y que su propósito, el de satisfacer las necesidades de carácter social y económico de sus socios, hace que su administración sea diferente a la administración destinada al aumento de capitales, es decir con fines de lucro. Se ha visto que para entender esta administración se debe entender ciertos criterios que deben adecuarse a los cambios de la sociedad en todos sus aspectos y que para ir cumpliendo cada vez mejor y engrandecer las empresas cooperativas se deben tener en cuenta dos criterios anexos a los ya conocidos. En primer lugar la ética en la gestión responsable de los recursos y en segundo lugar, la calidad. Este concepto conocido por el cooperativismo debe ser practicado con la unidad de los socios y poniendo en práctica el mutualismo con los otros actores de la sociedad. La administración de la cooperativa debe estar basada en los principios fundamentales de este movimiento pero con agregados conceptuales que se refieren a la adhesión de nuevos socios, la política de retribución al capital de constitución, los compromisos de la educación y la asociación con otras entidades a fin de potenciar las actividades comerciales de las cooperativas. Con estos principios y teniendo en cuenta ciertas tendencias de los mercados financieros regionales y tendencias nacionales como la saturación del mercado de productos financieros tradicionales, la caída del margen de intermediación, el desarrollo de aplicaciones y plataformas digitales como así también el uso de información estadística a gran escala y, sabiendo que los socios buscan nuevas soluciones se presentan nuevos productos para las cooperativas de intermediación financiera, para que de esa forma se pueda cumplir mejor en estos tiempos el propósito cooperativo: satisfacer las necesidades económicas y sociales de los socios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alianza Cooperativa Internacional (ACI). (2019). "Proyecto de declaración sobre identidad cooperativa". Revista de la Cooperación Internacional: Buenos Aires.
- Congreso Nacional de la República del Paraguay. (2015). Ley 5501/2015 "Que modifica varios artículos de la Ley 438/94 de Cooperativas". Congreso Nacional: Asunción.
- Sociedades de Garantía Recíproca (SGR). Obtener garantías para el acceso a créditos. SGR: Buenos Aires. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/obtener-garantias-para-el-acceso-creditos>
- Volkers, R. (2018). Informe sobre gobierno societario y sistemas de control administrativo. Revista de la Cooperación Internacional: Buenos Aires.