

PROBLEMÁTICA DEL CRECIMIENTO EN LA SOCIEDAD COOPERATIVA

Unidad de Estudios e Investigación en Economía Social y Cooperativismo

Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT)

Narciso Arcas Lario

arcas.lario@upct.es

Resumen

Una de las características que comparten las cooperativas en muchos sectores de la economía española es su reducida dimensión empresarial. Este hecho afecta a su capacidad para competir, por la dificultad para acceder a las economías de escala y a los recursos necesarios para modernizar sus estructuras productivas, comerciales o administrativas dirigidas a lograr una mayor rentabilidad. Con la finalidad de incrementar su tamaño, las cooperativas pueden recurrir a las vías del crecimiento interno y externo. En este contexto, el objetivo de este trabajo es poner de relieve la relevancia del tamaño empresarial como factor de competitividad y los problemas a los que se enfrentan las cooperativas para conseguirlo mediante el crecimiento interno. Éste se ve dificultado por una serie de características singulares de estas organizaciones que merman su capacidad para obtener recursos financieros para ejecutar las inversiones que le permitan aumentar su tamaño. Entre estas características destacan: el principio de adhesión voluntaria y abierta, el principio de gestión democrática, las limitaciones a la retribución y a la transferencia del capital aportado, la tendencia a repartir beneficios vía precios, y su carácter mutualista.

Palabras clave: cooperativas, tamaño, crecimiento, competitividad.

1. INTRODUCCIÓN

En la UE, en 2005, había más de 230.000 cooperativas, solidamente implantadas en todos los sectores económicos, siendo particularmente importantes en la agricultura, la intermediación financiera, la distribución comercial, la vivienda y el trabajo asociado en la industria, la construcción y los servicios. Estas cooperativas proporcionan empleo directo a 5,5 millones de trabajadores y agrupan a 130 millones de socios (Comisión Europea, 2006), lo que les otorga un papel relevante en la economía europea (Meliá y Martí, 2004).

Como muestra de su peso en algunos sectores, cabe señalar que las cooperativas agrarias de la UE participan con más del 60% de la producción, transformación y comercialización de productos agrarios (COGECA, 2005). Porcentaje que es, incluso, superior para determinados sectores y países, como es el caso de la leche en Dinamarca, Irlanda y Finlandia, donde supera el 90%. En otros sectores, como la banca cooperativa, acaparan el 34% de la cuota de mercado en Finlandia y el 30% en Chipre, mientras que en las cooperativas de consumo supone el 37% en Dinamarca, el 17,5% en Suecia y el 14,4% en Hungría (ACI, 2007).

En general, las cooperativas se caracterizan por su menor tamaño en comparación a las empresas capitalistas, al menos entre los tramos de mayor dimensión. Así, según la base de datos Fortune Global 500, entre las 50 empresas más grandes de Europa sólo se encuentra una, el Crédit Agricole Group. Esta circunstancia se agrava en el caso de las cooperativas españolas, de forma que entre las 100 cooperativas de la UE de mayor dimensión sólo aparece una de España, Mondragón Corporación Cooperativa, en décimo lugar.

Si nos centramos en el sector agroalimentario, del que se dispone de mayor información estadística, lo anterior se corrobora al comprobar que la facturación media de las cooperativas agrarias españolas es de 3,4 millones de euros, mientras que en las europeas asciende a 10 millones de euros (COGECA, 2005.). Sin embargo, en los últimos 15 años se ha ido produciendo una disminución del número de cooperativas agrarias acompañado de un crecimiento de su tamaño, de mayor intensidad en las españolas que en el conjunto de la Unión Europea (Tabla 1).

Tabla 1. Evolución de las cooperativas agrarias en la Unión Europea y en España

Año	Número de cooperativas	Facturación (10 ⁵ €)	Factur./coop (10 ⁶ €)	% Variación Facturación/Cooperativa		
				1998/1986 ¹	2003/1996	2003/1986 ¹
Unión Europea						
1986	48.000	155.000	3,2	115,6	44,9	212,5
1998	27.390	188.230	6,9			
2003	25.036	251.360	10,0			
España						
1988	4.423	3,125	0,7	214,2	54,5	385,0
1998	3.968	8,750	2,2			
2003	4.175	14,190	3,4			

Fuente: Julia and Server (2003) y COGECA (2005). El año 1986 incluye la EU de 12 países, mientras que 1998 y 2003 incluye la UE de 15 países, excepto Reino Unido. (1) En el caso de España el dato corresponde a 1988.

Diversos autores señalan la reducida dimensión de las cooperativas como una de los factores que limitan su capacidad competitiva (Arcas, 1999; Meliá, 2003). De aquí la importancia de que estas organizaciones aumenten su tamaño para ser más eficientes y poder competir en un mercado caracterizado por la globalización, la rapidez en los cambios tecnológicos y en los hábitos de los consumidores, y la creciente concentración y poder de negociación de las grandes cadenas de distribución (Buendía, 1999). En este contexto, el objetivo de este capítulo es poner de relieve la relevancia del tamaño empresarial como factor de competitividad y los problemas a los que se enfrentan las cooperativas para conseguirlo.

2. IMPORTANCIA DEL TAMAÑO COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD

En la literatura encontramos diversas referencias que ponen de manifiesto las ventajas del tamaño de las empresas y, en particular, de las cooperativas (Barton et al., 1993., Trechter, 1996; Fernández, 2003). Unas están relacionadas con la reducción de los costes unitarios provocada por la explotación de economías de escala en las actividades que llevan aparejadas elevados costes fijos. Otras se asocian con la diferenciación, ya que las economías de escala son cada vez más importantes para la innovación y el lanzamiento de aquellos productos que satisfagan mejor las necesidades de los clientes. También aparecen las que tienen que ver con la obtención de precios de transacción más favorables por la mejora del

poder de negociación frente a proveedores y clientes y la disminución del riesgo por la mayor facilidad para diversificar productos y mercados.

Las ventajas del mayor tamaño empresarial han sido explicadas por distintas teorías (Camisón, 1996; 2001). Un primer enfoque, basado en el pensamiento económico neoclásico, corresponde a la Teoría de la Firma o perspectiva tecnológica. Esta teoría concibe a la empresa como una función de producción, de forma que la unidad productiva será más eficiente cuanto más se aproxime su tamaño a la dimensión óptima en la que se minimizan los costes unitarios. Un segundo enfoque corresponde a la Organización Industrial o Economía Industrial Clásica, el cual postula que el rendimiento de la empresa viene determinado por la estructura del mercado, asumiendo la tesis de la relación positiva entre tamaño, vía cuota de mercado o concentración del mismo, y rentabilidad de la empresa. Finalmente, las últimas aproximaciones están dirigidas a la construcción de una Teoría de la Estrategia que considera al tamaño como fuente de ventajas competitivas en la empresa. Consideran que las grandes empresas tienen todas las opciones de la PYME, pero no a la inversa, disponiendo de ventajas competitivas en cinco ámbitos: economías de escala y curvas de experiencia, recursos financieros, recursos humanos, recursos de marketing y recursos tecnológicos.

Íntimamente relacionado con el tamaño de las empresas aparece el crecimiento, de forma que conlleva un incremento del mismo y manifiesta sus aspectos dinámicos (Suárez, 1996; Sanchis, 2000). Además, se trata de una de las variables consideradas, por la gran mayoría de los autores, como uno de los objetivos económicos de la empresa (Cuervo, 1979) resultado de un proceso de expansión, tanto interno como externo, que le facilita su supervivencia y aumenta su valor (García-Gutiérrez, 1994; Bel, 1997; Buendía, 1999). Esto es consecuencia de una serie de connotaciones positivas en la medida en que permite a la empresa (Sanchis, 2000): a) aumentar sus beneficios y disminuir el riesgo, b) mejorar su poder de negociación con los demás agentes económicos con los que interactúa, y c) una mayor diversificación de productos y mercados.

Según el procedimiento que las empresas utilizan para incrementar su tamaño podemos distinguir entre el crecimiento interno y el externo (Vargas, 1995; Arcas, 1999; Sanchis, 2000). El primero es el que lleva a cabo la empresa a través de inversiones endógenas en plantas industriales, bienes de equipo, instalaciones, etc., obteniendo como resultado un incremento de su capacidad productiva. Por el contrario el externo, supera los límites de la empresa y se produce básicamente mediante la fusión, la adquisición, la participación o control de otras empresas y la cooperación entre las empresas, procesos que forman parte de lo que se conoce como concentración empresarial. En este caso no se produce necesariamente un incremento de la capacidad productiva agregada, sino que se materializa mediante el acceso a capacidades de producción ya existentes, cambiando las relaciones de poder en el control de la empresa (Bueno, 1995; Arcas, 1999).

Para Hovers (1973), la diferencia más importante entre el crecimiento interno y el externo es el factor tiempo, pues mientras el primero se produce de forma gradual, el segundo se consigue de manera irregular y esporádica. Otras diferencias evidentes tienen que ver con la existencia o no de colaboración con otras empresas (Sanchis, 2000) y la cuantía de los recursos financieros para implantarlas. En este sentido, el crecimiento interno se caracteriza por la ausencia de colaboración empresarial y la elevada financiación necesaria, frente a la presencia de colaboración entre las empresas y los menores recursos financieros del crecimiento externo.

Aunque, insuficiente todavía, las cooperativas españolas han ido experimentado un paulatino incremento de su tamaño mediante el crecimiento externo, a través, sobre todo, de la creación de cooperativas de segundo grado, mientras que la fórmula de la fusión ha sido tradicionalmente poco utilizada como consecuencia del mayor grado de compromiso que lleva aparejada. En cuanto a la vía del crecimiento interno mediante la ejecución de nuevas inversiones que le permitan aumentar su tamaño, consideramos que éste se ve dificultado por las características específicas de este tipo de organizaciones, aspecto en el que se profundiza en el siguiente epígrafe.

3. PROBLEMÁTICA DEL CRECIMIENTO EN LA EMPRESA COOPERATIVA

Las posibilidades de crecimiento interno en las cooperativas han sido tradicionalmente escasas debido a determinadas peculiaridades, vinculadas a los principios cooperativos, que inspiran su funcionamiento, y su correspondiente plasmación legal que, sobre todo, dificultan el acceso a los recursos financieros necesarios para abordarlo. Entre estas peculiaridades figuran: (Bel, 1997; Buendía 1999; Arcas, 1999; Álvarez et al., 2000; Sanchis, 2000; Vargas, 2004):

1. El Principio de adhesión voluntaria y abierta (puertas abiertas): Por un lado, la admisión de nuevos socios, que suelen participar en condiciones de igualdad con los antiguos de los resultados de las inversiones que se han realizado con anterioridad a su entrada, hace que el interés de los socios en invertir se reduzca considerablemente. Debido a la colectividad de la propiedad, los socios que más se sacrifican para poder realizar las inversiones son los antiguos y, sin embargo, los resultados de las mismas se reparten por igual entre todos los socios con independencia de su antigüedad. Por otra parte, este principio también implica la libertad de salida de los socios cooperativistas con la consiguiente devolución o reembolso de las cuantías aportadas en su día tras descontar, en su caso, las pérdidas imputables a los mismos, lo que supone una descapitalización de la cooperativa. Esto, unido a que el plazo de reembolso puede ser de hasta de cinco años, desincentiva la realización de nuevas aportaciones.
2. El Principio de gestión democrática (un socio un voto): El principio democrático en la toma de decisiones puede limitar la capacidad de financiación de los proyectos necesarios para el crecimiento. La falta de homogeneidad entre los socios y el deseo de maximizar el valor de la contraprestación de sus aportaciones y no el valor de la empresa, da lugar a que el socio no quiera asumir el riesgo del endeudamiento y que no esté dispuesto a dejar de ganar en el presente por una esperanza de beneficio en el futuro.
3. Limitaciones a la retribución del capital: Al contrario de lo que sucede con las empresas capitalistas, las aportaciones de los socios a la cooperativa presentan limitaciones a su remuneración, y las realizadas a fondos irrepartibles no son remuneradas, lo que desincentiva su utilización para que la cooperativa obtenga recursos financieros.
4. Limitaciones a la transferencia del capital: Como consecuencia de la imposibilidad de enajenar sus aportaciones, los socios de las cooperativas no están motivados a invertir, salvo que pretendan permanecer en las mismas durante todo el plazo de recuperación de la inversión. Puesto que no todos los socios tienen igual horizonte temporal de permanencia en la cooperativa, éstos invierten menos y lo hacen en proyectos que, aunque menos rentables, tienen

un período de recuperación corto frente a los de largo plazo. Además, la imposibilidad de vender las participaciones priva a las cooperativas de conocer la valoración real de las mismas que proporciona el mercado de capitales y hace que se produzca una alta concentración del riesgo que asume el principal. Como los socios no pueden vender, tienen un patrimonio menos diversificado del que tendrían si invirtieran en una empresa capitalista, ya que inmovilizan todas sus aportaciones en la misma empresa, lo que les hace ser prudentes a la hora de aportarlas.

5. Reparto de ganancias vía precios: Para calcular el resultado o excedente neto hay que considerar como gasto las entregas de bienes de los socios a la cooperativa. Estas entregas tienen el problema de su valoración ya que aunque las diferentes leyes de cooperativas coinciden en la fijación de un precio que va desde el precio medio de mercado al precio real de liquidación, la realidad es que no determinan un método de cálculo concreto. Por ello, es práctica habitual que la cooperativa las valore a un precio superior al real, de tal forma que se equilibren los ingresos y gastos. Así, se consiguen unos excedentes nulos o insignificantes con tres claras consecuencias: a) disminuye e incluso anula el pago de impuestos en la medida en que la base imponible se aproxima o se hace cero, b) los fondos obligatorios pueden convertirse en “figuras ficticias”, ya que al no aparecer beneficios contables no pueden destinarse a estos fondos las cantidades mínimas establecidas por la Ley, con la consiguiente merma de los recursos permanentes vía autofinanciación, y c) los socios no pueden percibir el retorno cooperativo (beneficio restante tras la dotación a fondos obligatorios, y que se reparte entre los socios), recibiendo sus ganancias vía precios y no retornos. Como resultado de esto, las cuentas anuales formuladas no expresan la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa, ya que no se están reflejando a precios reales las ventas que realizan los socios a la cooperativa.
6. Mutualismo: Una de las notas distintivas de las cooperativas respecto a otro tipo de sociedades es que desarrollan una actividad económica orientada a la satisfacción de las necesidades socio-económicas de los socios. Esta idea, íntimamente ligada al carácter mutualista de esta clase de sociedades, es recogida en la legislación cooperativa al limitar la realización de la actividad cooperativizada con terceros no socios, lo que se conoce como principio de exclusividad, y que puede dificultar el crecimiento de la cooperativa al restringir el suministro y/o consumo de productos en función del tipo de cooperativa.

Al objeto de favorecer la captación de recursos que faciliten el crecimiento interno de las cooperativas, la Ley 27/1999, de 16 de julio de Cooperativas (en adelante LC), ha introducido; junto a las tradicionales aportaciones obligatorias (art. 45) y voluntarias (art. 47) al capital social, y la creación del fondo de reserva obligatorio (art. 55) y voluntario (art. 58.3 y 49.2); una serie de instrumentos entre los que figuran:

1. La creación de diferentes clases de secciones (art. 5) dentro de la cooperativa (suministro, servicios, comercialización, industrialización, etc.) que permite el crecimiento por la vía de la diversificación. En este sentido, cabe resaltar las secciones de crédito (art. 5.4) que realizan una función exclusivamente financiera, similar a la de un banco o una caja rural.
2. La creación de cooperativas integrales (art. 105) que, con independencia de su clase, su actividad cooperativizada es doble o plural, cumpliendo finalidades de

diferentes clases de cooperativas en una misma sociedad, lo que también permite el crecimiento mediante la diversificación.

3. La creación de cooperativas mixtas (art. 107), en las que existen socios cuyo derecho de voto en la Asamblea General se podrá determinar, de modo exclusivo o preferente, en función del capital aportado en las condiciones establecidas estatutariamente, que estará representado por medio de títulos o anotaciones en cuenta y que se denominarán partes sociales con voto, sometidos a la legislación reguladora del mercado de valores.
4. La incorporación de socios de trabajo (art. 13.4) y colaboradores (art. 14) que con sus aportaciones incrementen el capital social de la cooperativa.
5. La posibilidad de realizar operaciones con terceros no socios cuando lo prevean los Estatutos, en las condiciones y con las limitaciones que establece la LC, así como otras Leyes de carácter sectorial que les sean de aplicación.
6. La posibilidad de utilizar diferentes instrumentos financieros como cuotas obligatorias de ingreso y/o periódicas que no forman parte del capital social ni son reintegrables (art 52), participaciones especiales (art. 53), obligaciones y emisiones en serie bajo cualquier modalidad jurídica (art. 54.1), títulos participativos (art. 54.2), y cuentas en participación (art. 54.3).

4. CONCLUSIONES

Una de las características que comparten las cooperativas en muchos sectores de la economía española es su reducida dimensión empresarial, inferior en muchos casos a la que presentan en otros países europeos. Este hecho afecta a su capacidad para competir, por la dificultad para acceder a las economías de escala y a los recursos necesarios para modernizar sus estructuras productivas, comerciales o administrativas dirigidas a lograr una mayor rentabilidad.

Con la finalidad de incrementar su tamaño, las cooperativas pueden recurrir a las vías del crecimiento interno y externo, siendo la cooperativa de segundo grado la opción preferida entre las fórmulas de crecimiento externo. Sin embargo, la constitución de cooperativas de segundo grado, si bien ha sido útil para resolver problemas relacionados con la producción, la industrialización y la comercialización, no ha sido capaz de dar respuesta al problema de la escasa dimensión de muchas cooperativas y, en ocasiones, ha propiciado la creación de una nueva empresa que compite con las cooperativas que la integran.

Respecto al crecimiento interno de las cooperativas, éste se ve dificultado por una serie de características singulares de este tipo de organizaciones, entre las que destacan: el principio de adhesión voluntaria y abierta, el principio de gestión democrática, las limitaciones a la retribución y a la transferencia del capital aportado, la tendencia a repartir beneficios vía precios, y su carácter mutualista. Con la finalidad de afrontar estas dificultades y mejorar la captación de recursos necesarios para el crecimiento interno, la Ley 27/1999, de 16 de julio de Cooperativas ha introducido una serie de instrumentos que deben ser objeto de permanente revisión y actualización por parte de la Administración al objeto de que cumplan con su cometido.

Por otra parte, y puesto que las estrategias de crecimiento interno y externo no son antagónicas, las cooperativas pueden recurrir a una, a la otra, o a una

combinación de las dos. Para ello, deberán valorar las ventajas e inconvenientes de ambas y seleccionar la opción más adecuada, teniendo en cuenta que lo importante es llevar a cabo un crecimiento “equilibrado”, esto es, un crecimiento que no plantee problemas organizacionales (controlable) ni financieros (sostenible) de difícil solución (Guisado, 1992; Sanchís, 2000).

5. BIBLIOGRAFÍA

- ACI (2007). Statistical Information on the Co-operative Movement. En <http://www.ica.coop/coop/statistics.html>.
- ÁLVAREZ, M. B.; ARBESÚ, P. y FÉ, C. (2000). Las cooperativas en el marco de la teoría de agencia. *CIRIEC-España*, 34, pp. 169-88.
- ARCAS, N. (1999). *El marketing de las cooperativas agrarias. Claves para la competitividad de la empresa agraria*. CIRIEC-España. Valencia.
- BARTON, D. G.; SCHROEDER, T. C. and FEATHERSTONE, A. M. (1993). Evaluating the feasibility of local cooperative consolidations: A case study. *Agribusiness*, 9 (3): 281-94.
- BEL, P. (1997). *Las cooperativas agrarias en España. Análisis de los flujos financieros y de la concentración empresarial*. CIRIEC-España. Valencia.
- BUENDÍA, I. (1999). *La integración comercial de las sociedades cooperativas*. Consejo Económico y Social. Madrid.
- BUENO, E. (1995). *Dirección estratégica de la empresa. Metodología, técnicas y casos*. Pirámide. Madrid.
- CAMISÓN, C. (1996). Competitividad y teoría de la estrategia: un análisis aplicado a la cohabitación pyme-gran empresa. *Revista Asturiana de Economía*, 6: 63-101.
- CAMISÓN (2001). La investigación sobre la pyme y su competitividad. Balance de la cuestión desde las perspectivas narrativa y meta-analítica. *Papeles de Economía Española*, 89/90, 43-86.
- COGECA (2005). Las cooperativas agrarias en Europa. Cuestiones Fundamentales y Tendencias. En <http://www.copa-cogeca.be/sp/cogeca.asp>.
- COMISIÓN EUROPEA (2006). Manual para la elaboración de las cuentas satélite de las empresas de la economía social: cooperativas y mutuas. En <http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/coop/projects-studies/projects-introduction.htm>.
- CUERVO, A. (1979), Estudio sobre los objetivos de la empresa. En Cuervo, A.; Ortigueira, M. y Suárez, A. S. *Lecturas de introducción a la economía de la empresa*. Pirámide. Madrid, 171-78.
- FERNÁNDEZ, Z. (2003). Los grupos de la economía social. El caso español. En Chaves, R.; Fajardo, G. y Namorado, R. (coordinadores). *Integración Empresarial Cooperativa. Posibilidades, ventajas, inconvenientes*. CIRIEC-España, Valencia, 143-60.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ, C. (1994), La concentración económico-empresarial (los conglomerados) de sociedades cooperativas. En Monzón Campos, J. L., *Las empresas públicas, sociales y cooperativas en la nueva Europa*. Ciriec-España. Valencia.

- GUISADO, M. (1992). Crecimiento, rentabilidad y estrategia. *Economía Industrial*, mayo-junio, 161-174.
- HOVERS, J. (1973). *Expansión por absorción*. Deusto. Bilbao.
- JULIA and SERVER R J.. (2003). Social economy companies in the Spanish agricultural sector: Delimitation and situation in the context of the European Union, *Annals of Public and Cooperative Economics*, 74 (3), 465-488.
- MELIÁ, E. (2003). La integración cooperativa. Cooperativas de segundo grado versus procesos de fusión. En Chaves, R.; Fajardo, G. y Namorado, R. (coordinadores). *Integración Empresarial Cooperativa. Posibilidades, ventajas, inconvenientes*. CIRIEC-España, Valencia, 105-17.
- MELIÁ, E. y MARÍN, M. M. (2004). La constitución de sociedades cooperativas europeas a partir de la fusión de cooperativas de distintos estados miembros. En Chaves, R.; Monzón, J. L.; Stryjan, Y.; Spear, R. y Karafolas, S. (editores). *El futuro de las cooperativas en una Europa en crecimiento*. CIRIEC-España. Valencia, 457-84.
- SANCHÍS, J. R. (2000). *Dirección estratégica de empresas cooperativas*. Promolibro. Valencia.
- SUÁREZ, A. S. (1996). *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*. Pirámide. Madrid.
- VARGAS, A. (2004). Empresas cooperativas, ventaja competitiva y tecnologías de la información. *CIRIEC-España*, 49, 13-29.
- VARGAS, A. (1995). *Claves para el desarrollo del cooperativismo agrario. Concentración empresarial y asociacionismo*. Universidad de Huelva. Huelva.
- TRECHTER, D. D. (1996). Impact of diversification on agricultural cooperatives in Wisconsin. *Agribusiness*, 12 (4): 385-94.