

LA INTERCOOPERACIÓN DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS EN LA ACTIVIDAD DE LA EDUCACIÓN

POR
CARLOS GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ*

RESUMEN

La intercooperación es un aspecto fundamental de las sociedades cooperativas en general y de las que desarrollan su actividad en el terreno de la educación en particular —debido a lo específico de esa función productiva tan ligada a la regla de oro de la cooperación, tanto como empresas que son, como en su calidad de sociedades cooperativas—. El crecimiento empresarial es una de las reglas de comportamiento como empresa y la intercooperación con el fin de trascender en la forma de ser democrática con base en la participación en el proceso de producción y/o distribución.

SUMMARY

The interco-operation is a basic aspect of co-operatives societies in common, and also of those who develop their activity particularly in the field of education —because the specificness of this productive function so linked with the gold rule of the co-operation, both as enterprises that they are, and in their quality of co-operative societies—. The entrepreneurial growth is one of the rules of behaviour as enterprise and the inter co-operation to transcend in the democratic way of be based in the participation in the process of production and distribution.

1. INTRODUCCIÓN. CONCEPTOS PREVIOS

1.1. La educación y la formación¹

La formación puede definirse como el conjunto de sistemas de transmisión de habilidades y de conocimientos. Estos sistemas no tie-

* Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense de Madrid.
¹ Arts. 126 y 127 del Tratado de MAASTRICH: Educación (formación reglada) y Formación (para la práctica).

nen porqué ser habituales, convencionales o reglados. Hay mucha formación que se obtiene en ambientes de ocio. En efecto: la sociedad del conocimiento no pasa por las aulas.

Adicionalmente hay mucha transmisión de información a través de los medios de comunicación convencionales, y ese proceso, en sí mismo, también puede conllevar procesos educativos.

El lema «Aprender haciendo y hacer aprendiendo, aunque... siempre queda mucho por hacer», puede ser un detonante adecuado para desarrollar el asunto que ocupa esta discusión acerca de la intercooperación de las sociedades cooperativas en el ámbito de la educación tanto por lo que se refiere a los protagonistas de ese tipo de empresas como por lo que afecta a los procesos productivos que desarrollan.

Enseñar a aprender es un lema que hay que sustituirlo por enseñar a emprender, que es un sistema poderosísimo para aprender. Esto último, que algunos docentes ponen en práctica desde hace bastante tiempo, ha sido propuesto por autoridades académicas.²

La educación puede definirse como el proceso de transmisión de valores a través de o usando como soporte a la formación. Esta circunstancia lleva a que se «confunda» en muchas ocasiones la formación con la educación, aunque son cosas muy diferentes. En efecto, en el momento actual se puede afirmar que hay un nivel de formación alto, lo que no significa que haya buena educación..., o que una persona bien formada no tiene porqué estar bien educada.

La disponibilidad de valores, de referencias de comportamiento, es cada vez más importante porque ya cada vez hay menos instituciones que nos llevan de la mano (que nos proporcionan reglas de comportamiento) porque van perdiendo poder debido a la disponibilidad de información: el Estado, que emite normas en forma de leyes, y las organizaciones confesionales, que emiten normas en forma de preceptos morales.

1.2. Aspectos básicos que se refieren a las sociedades cooperativas

Una sociedad cooperativa es una empresa en la que la condición de socio se obtiene, y se mantiene, por participar en el proceso de

² El Rector de la Universidad Politécnica de Madrid, con motivo de la celebración del X aniversario (1999) de la existencia del CEGEA de la Universidad de Valencia —de la que dicho Rector también fue Rector.

producción y distribución, como proveedores o como consumidores, democráticamente.

La sociedad cooperativa no tiene sentido sino con un planteamiento de intercooperación, hasta el punto de que los socios no deben considerarse socios de una sociedad cooperativa más que circunstancialmente, sino de una sociedad que forma parte —participa—, de una o de otra manera, de un conglomerado —en expansión permanente— de sociedades cooperativas.

La sociedad cooperativa es una forma de empresa que, en última instancia, responde a una lógica de comportamiento y a una finalidad profundamente transformadora: la implantación de la democracia en la vida económica de la misma manera que lo está (?) en la vida civil, social o política.

1.3. El principio cooperativo de la educación

Algunas personas han llegado a afirmar que la educación es la «regla de oro» del cooperativismo, y no les falta razón: tanto desde el punto de vista societario como empresarial es necesaria la participación —que además ha de ser democrática—, y esa participación se basa en la información, en la formación y, sobre todo, en la educación.

1.3.1. EL QUINTO PRINCIPIO FORMULADO POR LA ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL³

«Educación, formación⁴ e información»

«Las cooperativas proporcionan⁵ educación y formación a los socios, a los representantes elegidos, a los directivos y a los empleados para que puedan contribuir de forma eficaz⁶ al desarrollo de sus cooperativas. Informan al gran público, especialmente a los jóvenes y a los líderes de opinión, de la naturaleza y beneficios de la cooperación.»⁷

³ INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE. The International Co-operative Alliance. Statement on the Co-operative Identity. En: *XXXI Congress International Co-operative Alliance*. U.K.: Manchester, septiembre, 1995.

⁴ «Capacitación».

⁵ Debe decir «hacen provisiones para la proporción».

⁶ Efectiva, no de cualquier manera.

⁷ Por tanto: «Las cooperativas dependen de programas formativos recíprocos y activos para su desarrollo.»

2. ASUNTOS GENERALES DE LAS EMPRESAS «DE SERVICIOS DOCENTES»

Empiezan a denominarse empresas de servicios docentes, o también educativos —que algunos llaman sector—, ya que su actividad productiva tiene dos manifestaciones, la reglada y la no reglada, y en todos los niveles.

2.1. Los tipos de centros educativos

NIVEL EDUCATIVO	REGLADO	DE TITULARIDAD	PARA LOS PRIVADOS
Infantil (guarderías) (<i>prioritario</i>)	No	Privada	No procede
Primaria o Enseñanza General Básica	Sí	Pública y privada	Concertados o no
Secundaria (<i>prioritario</i>)	Sí	Pública y privada	Concertados o no
Bachiller	Sí	Pública y privada	No procede
Formación Profesional	No	Pública y privada	No procede
Universidad	Sí	Pública y privada	No procede

Los centros privados pueden ser empresas capitalistas convencionales (confesionales o no) y empresas de participación (sociedades cooperativas y otras). Y se pueden asociar, respectivamente, a la Confederación Española de Centros de Enseñanza (CECE) o a la Educación y Gestión (EyG), las primeras, o a la Unión Española de Cooperativas de Enseñanza (UECOE) las que tengan esa forma jurídica.

El colegio concertado que desarrolla educación reglada es un centro privado con subvención pública. En ellos están reguladas:

1. Las actividades complementarias: las que se realizan dentro del horario escolar tienen que tener carácter gratuito para todos los alumnos, para salvaguardar la voluntariedad de las familias para la participación de los niños en el resto de las actividades.

2. Las actividades extraescolares o extracurriculares, por ejemplo, la incorporación de los alumnos a la mejora del medio-ambiente, que se realizan entre la jornada de mañana y tarde (ese espacio de tiempo debe ser como mínimo de hora y media) y los centros deben comunicarlas a la Administración.

- No pueden tener carácter lucrativo.
- Pueden asistir los alumnos que voluntariamente lo deseen.

3. Los servicios complementarios, que son los de comedor, transporte escolar, gabinete médico, gabinete psicopedagógico, etcétera.

Los centros concertados pueden organizar cualquier actividad fuera del horario escolar, a partir de las cinco de la tarde, siempre con carácter voluntario para los alumnos y sin previa autorización del Ministerio de Educación⁸. Pueden desarrollar niveles no concertados. Por ejemplo, el nivel infantil (guarderías) (*prioritario*).

El precio de la enseñanza reglada concertada es entre un 10 y un 25 por ciento menor que el de los colegios privados convencionales, aun cuando el servicio es más completo, por la posibilidad de compensar unas actividades con otras. Es decir, el precio es competitivo.

Los costes de la enseñanza reglada, según la Ley Orgánica del Sistema Educativo (LOGSE), son diferentes según el nivel educativo y la Comunidad Autónoma. Están compuestos por los costes de los departamentos de orientación; las rentas de trabajo de los especialistas de primaria y secundaria (los anticipos laborales en el caso de sociedades cooperativas de enseñanza de trabajadores) —generalmente según convenio laboral, que en los centros no concertados es más bajo— y las cotizaciones a la Seguridad Social (según el Régimen General o de Autónomos); la apertura de los días de fiesta; las amortizaciones (el Ministerio de Educación no incluye las amortizaciones, pero de capital —ver el artículo 49.7 del documento normativo con forma de BOE—; los de las zona de equipamiento, de uso restringido; los tributos, aunque a los concertados se les considera entidades sin fin de lucro; los de asociación (en el caso de ser sociedades cooperativas, de pertenencia a la Federación Regional correspondiente la Unión Española de Cooperativas de Enseñanza, y según el tipo, los de pertenencia a la Confederación de Cooperativas de Consumo o a la Confederación de Cooperativas de Trabajo Asociado), etcétera.

⁸ En aquellas Comunidades Autónomas y territorios en las que tienen competencias, que son: Aragón, Asturias, Baleares, Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura, Madrid, Murcia, Rioja, Ceuta y Melilla.

2.2. La redimensión de la función docente

Como estrategia de adaptación, desarrollo y supervivencia, para la consolidación, se ha venido registrando un proceso de innovación (atributo que se aplica a todo lo que caracteriza a la empresa: al proceso educativo —incluidas las instalaciones— y, por tanto, al producto), diversificación, crecimiento y ampliación de la oferta de formación por parte de los centros educativos a las nuevas necesidades, como ocurre con cualquier empresa: la reconversión profesional: ludotecas (por ejemplo, tertulias, música, teatro, áreas de Naturaleza y de tiempo libre), unidades estratégicas de negocio, idiomas, etcétera. Es decir, la reutilización de los activos, en la línea de lo anunciado por el Ministerio de Educación y Ciencia para las instalaciones de los colegios públicos. Es un proceso no confesional que debe imbricarse con el entorno para ser acreditado por los usuarios.

3. LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS EN EL ÁMBITO DE LA EDUCACIÓN

Son centros privados, capitalistas no convencionales, que pueden encuadrarse en cualquiera de las situaciones descritas para los centros privados.

Las características de las sociedades cooperativas de trabajo asociado en el sector de la enseñanza son:

- Homogeneidad y alto nivel de formación por parte de los socios de trabajo.
- Homogeneidad y fidelidad de la clientela: los discentes o sus padres.
- Posibilidad de conseguir subvenciones.
- Alto nivel de afiliación que las presentan como un bloque de empresas con una gran capacidad de acometer procesos conjuntos, tanto desde el punto de vista empresarial, como cooperativo, como de grupo de presión.
- Características financieras:
 - Escasez en los impagados.
 - Importante volumen de negocios: cuotas de los discentes.

3.1. Los tipos de sociedades cooperativas en el ámbito de la educación

- De proveedores: de Trabajo Asociado.
 - El 10 por ciento de la plantilla puede ser asalariada.

- De consumidores: de padres.
- Mixtas.

3.2. LOS ASPECTOS EMPRESARIALES

3.2.1. LA EMPRESA PRIMA SOBRE LA IDEOLOGÍA

El carácter empresarial tiene que ser preponderante. No es conveniente acentuar esa imagen de marginalidad de los proyectos empresariales que, en su afán de buscar subvenciones, se revisten de la etiqueta de la denominada «economía social».

3.2.2. LA EXCELENCIA Y LA CALIDAD

Se ha de partir de la premisa de que para conseguir la excelencia y la calidad empresarial la forma de sociedad cooperativa de trabajo asociado es particularmente apta en muchas actividades productivas y especialmente en esta.

- Es excelente por definición, con base en esa particular característica que permite afirmar que, aunque sólo sea por egoísmo, deben ocuparse de conseguir un funcionamiento interno armónico.
- Pero además, los socios deben someterse, democráticamente, a un ideario de la empresa —que no del centro educativo— que gire en torno a la producción de una enseñanza de calidad.

Para la consecución de un determinado nivel de calidad, que se requiere, para la competitividad que exige el mercado y que se manifiesta en el sentimiento de avance de la organización a la vez que avanzan sus integrantes, el proceso educativo (productivo) se debe someter, sistemáticamente, a varias funciones: el reciclaje, la investigación y el desarrollo, y la evaluación y el control de los contenidos y del rendimiento conseguido.

3.2.2.1. La promoción de la empresa

Se ha de conseguir que la credibilidad y la buena imagen empresarial no se asocien a la forma jurídica sino a la solidez del proyecto con base en la capacidad de negociación y de explicación de las ganancias por participar en un proceso de creación de puestos de trabajo (que no

de empleo), y de riqueza, que ayude al desarrollo de la economía local, y que sea competitivo con los de las empresas convencionales.

El éxito de cada sociedad cooperativa conlleva consecuencias positivas para todo lo que la rodea, por los efectos derivados de una organización eficiente en funcionamiento. Y, desde luego, para las sociedades cooperativas, por la imagen subyacente.

Los promotores de una idea clara, que se concrete en un proyecto empresarial de cierta complejidad y con buenas expectativas —generalmente son pocas personas, ya que no suele generarse espontáneamente ni simultáneamente entre un grupo amplio de individuos— tienen que presentar con honestidad la viabilidad de la empresa a los que desea que le acompañen, involucrarlos para llevarla a cabo; y, por lo menos, conocer y ordenar cómo han de desarrollarse las relaciones sociales entre ellos (los aspectos técnico-empresariales son de carácter profesional y pueden ser contratados especialistas). En suma, tienen que desarrollar una actividad empresarial.

Es preciso un período de tiempo suficiente para acumular experiencia en la actividad productiva y para conocer tanto el mercado (competencia y necesidades) como el entorno legal e institucional, de cara a elaborar los correspondientes estudios de viabilidad.

3.2.3. LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y ADMINISTRATIVA

Debe haber una separación clara entre los cargos ocupados en los órganos societarios y los puestos de trabajo en la estructura administrativa, que está adaptada al particular proceso de producción.

3.2.3.1. *La organización*

No hay porqué pasar por el asamblearismo a toda costa: la votación es una manifestación violenta, fragante, de la democracia. Es conveniente aplicar el sistema del consenso o de la armonización entre las decisiones operativas, siempre que sea posible.

3.2.3.2. *La estructura administrativa*

Las áreas funcionales (en este caso, por ejemplo, diseño, producción, finanzas, innovación educativa y comercial) se pueden disgregar en departamentos en los que cada uno se componga de secciones, que configuren una estructura que tenga en cuenta más el carácter

empresarial que el convencional de los centros de enseñanza, que giran en torno al encorsetador claustro de profesores.

La jerarquía administrativa puede configurar categorías profesionales alrededor de dos tipos de funciones: las del personal docente (por ejemplo, instructores, maestros y profesores) y no docente (auxiliares y jefes de servicio).

3.2.3.3. *La Dirección*

El estilo directivo se debe basar en la profesionalidad y en la capacidad motora del proyecto empresarial.

La Dirección desempeña una tarea formativa esencial para dar a conocer la marcha de la empresa en su conjunto, que no los detalles, a los socios.

3.2.4. LA DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO: LOS CONOCIMIENTOS TRANSMITIDOS Y LOS VALORES IMPLÍCITOS

3.2.4.1. *La clientela*

De cara a integrar a los clientes, e incluso a incrementar su número, y también como una estrategia de vinculación⁹, se puede organizar, promovido desde la sociedad cooperativa, una sociedad a la que pertenezcan los siguientes grupos, conjuntamente o no:

- a) antiguos alumnos;
- b) padres de alumnos y las familias en general;
- c) alumnos no reglados, con el fin de que desarrollen actividades que sean de interés común. Generalmente ocupación del tiempo libre: tertulias, etcétera.

Los clientes no pueden limitarse a los socios de los servicios de consumo.

3.2.4.2. *Los precios*

El precio debe tener en cuenta dos aspectos contradictorios:

- a) ser competitivo;
- b) cubrir los costes adecuadamente.

⁹ ¿Fidelización?

Y, en todo caso, debe permitir retribuir a los socios de manera justa, tanto por lo que se refiere a sus aportaciones financieras como por lo que se refiere a sus aportaciones al proceso de producción y distribución (vía consumo o vía suministro —de trabajo—).

3.2.4.3. *La imagen*

Se ha de promover la imagen corporativa, como resultado de un estudio y de un proceso de definición y de maduración, con logos —o de cualquier otra manera editados— a través de los medios que se estimen que van a llegar mejor a la población objetivo.

3.3. Los aspectos societarios

3.3.1. LOS SOCIOS

La sociedad debe empezar su actividad con el número de socios preciso para desarrollar la actividad adecuadamente, que compartan el riesgo empresarial en un sistema democrático para —en última instancia— establecer los objetivos estratégicos de la sociedad.

Se ha de cumplir con un requisito necesario para la creación y el funcionamiento de este tipo de sociedades con éxito: constituirse sobre la base de un proyecto empresarial viable, al menos razonablemente.

En el caso de las sociedades cooperativas de trabajo asociado no deben constituirse como un medio para encontrar un puesto de trabajo (no deben ser instrumentos para la promoción de esa incoherencia lingüística que se conoce como autoempleo); y además, conviene que haya una gran homogeneidad profesional y una pirámide de edad entre los socios adecuada al proceso de crecimiento, que es otro de los requisitos para pronosticar la buena marcha empresarial, y, por ende, societaria.

3.3.2. EL PRINCIPIO DE PUERTA ABIERTA

En este tipo de empresas, el carácter personal de los promotores puede ser un factor decisivo para la adhesión de los socios, que se incorporan —conociéndolos— voluntariamente, de acuerdo con el principio de puerta abierta que —como se sabe— funciona en los dos sentidos.

- Para entrar, si:
 - reúnen las necesarias aptitudes (condiciones financieras preestablecidas y cualidades y capacidades profesionales y técni-

cas que establezcan los sistemas de producción establecidos para alcanzar la competitividad necesaria) para participar en los flujos de producción y distribución que caracterizan a la empresa para que sea eficiente, y

- se dispone de la adecuada actitud para participar en la marcha de la sociedad.

- Para salir, si se pierden.

Es decir, es una organización más competitiva que corporativa.

3.3.2.1. *Las aportaciones al capital*

Además, se ha de requerir un substancial compromiso financiero de entrada, que la haga diferente a esas sociedades cuyas aportaciones se basan en las subvenciones personales que se solicitan para la constitución.

Conviene que la estructura financiera inicial de la sociedad cooperativa promotora no requiera que el volumen de las aportaciones de los socios sean básicos para poner en marcha la empresa.

3.3.2.2. *La compensación a los socios*

La experiencia demuestra que es preciso hacer objetiva la compensación de las aportaciones de los socios. El reconocimiento que esperan los que aportan más debe concretarse con una retribución complementaria. De esta manera se evitan expectativas insatisfechas y el consiguiente desinterés.

3.3.2.3. *La retribución de los socios*

El mercado es una institución que se caracteriza, en principio, entre otras cosas, por atribuir tanta objetividad a las valoraciones —a través de los precios— como eficiente sea. Por esta razón, para aplicar el principio de justicia en la distribución —anticipada o no— de los resultados entre los socios conviene tener como referencia al mercado.

En el caso del trabajo asociado la renta de trabajo debe ser proporcional a la categoría profesional funcional. Hay casos en los que es proporcional al capital prestado a la sociedad por cada socio, al

modo del capital rotativo propuesto en la Ley de Sociedades Cooperativas de la Comunidad Navarra¹⁰. Para que eso sea correcto es preciso que haya una proporcionalidad entre las aportaciones al capital y las categorías profesionales funcionales.

3.3.2.3.1. Las categorías profesionales funcionales

La renta de trabajo anual y el capital serían proporcionales a, por ejemplo, los siguientes múltiplos.

El personal no docente	Auxiliar	6n
El personal no docente	Jefe de servicio	14n
El personal docente	Instructor	15n
El personal docente	Maestro	18n
El personal docente	Profesor	20n

Donde «n» es una cifra tal que aplicada sobre esa tabla genere unos importes que cumplan dos condiciones:

- a) permita que la renta de trabajo total sea asumible por los ingresos;
- b) alcance un nivel «de mercado» para cada categoría profesional.

Ese factor «n», por su parte, es un múltiplo para determinar la cifra de aportación al capital social para cada socio según su categoría profesional.

3.4. Las sociedades cooperativas tienen un trato diferenciado ante el Ministerio de Educación y Ciencia

Concretamente el acceso preferente a ser centro concertado. Hay que referirse a la disposición adicional 9.^a, aplicable para gastos de

¹⁰ COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA: 22307 Ley Foral 12/1996, de 2 de julio, de Cooperativas de Navarra, *Boletín Oficial de Navarra*. n.º 87, 19 de julio de 1996, págs. 4411-4422; y *Boletín Oficial del Estado* n.º 245, de 10 de octubre de 1996, págs. 30358-30375.

inversión, hasta el año 1992, del Real Decreto 2.344(?) de las normas básicas de los conciertos para las sociedades cooperativas y otras entidades de similar significación social que operan en el territorio del Ministerio de Educación y Ciencia.

Esta es una aspiración, el que haya una norma equivalente en cada Comunidad Autónoma con competencia en materia de educación.

4. EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

El crecimiento empresarial se manifiesta de dos maneras:

- Verticalmente, o de alargamiento del proceso de producción y/o distribución, y
- Horizontalmente, o de ensanchamiento del proceso de producción; que, a su vez, puede ser por razón de la gama de productos o de los mercados.

4.1. La cuestión a debate

La viabilidad de cualquier empresa pasa por disponer de suficiente clientela —y, por tanto, de capacidad productiva— para generar los excedentes precisos para cubrir los costes fijos inherentes a la actividad, así como los costes variables asociados a la producción.

La pregunta que cabe hacer es si las sociedades cooperativas en el ámbito de la enseñanza están «maduras» como para acometer proyectos de crecimiento o precisan de una etapa de consolidación financiera. Las «huidas hacia adelante» hay que hacerlas con prudencia y, en todo caso, son costosas.

La valoración de este asunto corresponde precisamente al objeto de la cuestión; aunque para ello no hay que olvidar que se trata de empresas de empresarios democráticos por más señas, con las características que les son propias:

- amor al riesgo,
- búsqueda de la creación de utilidad,
- capacidad de servicio,
- imaginación,
- iniciativa,
- etcétera.

5. LA INTERCOOPERACIÓN EMPRESARIAL Y COOPERATIVA

5.1. El sexto principio formulado por la Alianza Cooperativa Internacional¹¹

«COOPERACIÓN ENTRE COOPERATIVAS»

«Las cooperativas sirven a sus miembros lo más eficazmente posible y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando conjuntamente¹² mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales¹³.»

El caso más significativo y destacado es el de Mondragón Corporación Cooperativa: que se basa en la formación (las personas) y en la independencia financiera (la banca cooperativa); con manifestaciones relevantes en materia de educación y formación en distintos niveles educativos y en procesos de ahorro desde su origen.

Hay que buscar el desarrollo de actividades productivas de creación de sociedades cooperativas de trabajo asociado que produzcan algo que puedan producir profesionales. En general, sectores en los que se requieren trabajos cualificados de personas en los que es difícil evaluar el valor añadido, con equipos profesionales en las áreas comerciales y de administración también muy cualificados, con una clase de personas con gran capacidad de integración.

5.2. El alargamiento de los procesos productivos

5.2.1. EN LOS APROVISIONAMIENTOS

- de materiales, suministros,
- de recursos financieros.

5.2.2. EN DISTRIBUCIÓN

- de enseñanza.

¹¹ INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE. The International Co-operative Alliance. Statement on the Co-operative Identity. En: *XXXI Congress International Co-operative alliance*. U.K.: Manchester, September 1995.

¹² «de cualquier manera práctica».

¹³ «y transnacionales».

5.2.3. EN EL ÁMBITO DE LA DENOMINADA FORMACIÓN CONTINUA

Aunque lo que debe funcionar es el mercado, conviene tener en cuenta las cooperaciones que se pueden dar:

- por un lado, en el suministro del servicio de formación por parte de las sociedades cooperativas en el ámbito de la educación (cuando ofrecen formación continua, profesional, para adultos, no reglada, extracurricular, etcétera) para atender las necesidades de formación que se manifiestan en otras sociedades cooperativas, en sus diferentes manifestaciones, y por extensión, en el resto de las empresas de participación: sociedades anónimas laborales, sociedades agrarias de transformación, mutuas y cofradías, así como en las otras entidades no empresariales que también se incluyen en lo que se da en llamar «economía social», a saber: las asociaciones y las fundaciones;
- por otro lado, la viceversa; es decir, en el suministro por parte de las sociedades cooperativas productoras de diferentes productos necesarios para el funcionamiento de las sociedades cooperativas en el ámbito de la educación: construcción, transporte, alimentos, material de papelería, mobiliario, publicidad, asesoría legal y financiera, servicios, etcétera.

Esas cooperaciones pueden generar un *valor significativo* que se deriva de la potencialidad derivada de la sensación de *formar parte de una red específica*, característica, genuina, diferente, «sui géneris», etcétera, con base en tener la misma «forma de ser» (como el orgullo y la preeminencia que se da entre los miembros de diferentes sociedades organizadas caracterizadas por determinados valores: el Barça, Cuba, los jesuitas, etcétera).

5.2.4. ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA CON BASE EN LA INTERCOOPERACIÓN DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO DE ENSEÑANZA

La constitución de una Universidad privada promovida tanto por sociedades cooperativas de trabajo asociado como de consumo en la enseñanza es el resultado del alargamiento del proceso de producción¹⁴: Enseñanza General Básica, Bachillerato, Formación Profesional, Estudios Superiores.

¹⁴ Hay precedentes con base en colegios privados convencionales, como son la Universidad Alfonso X —promovida por una asociación de colegios entre los que se encuentra el Colegio Hispano Alemán— y la promovida por los colegios San Estanislao de Kostka.

Una Universidad es una institución que desarrolla dos funciones fundamentales, que no específicas: formar e investigar; en suma, incrementar el acervo cultural de la sociedad en la que está incardinada y a la que debe servir. Por tanto es una institución que funciona como uno de los más eficientes canales de transmisión de ideas, técnicas, conocimientos, disciplinas y culturas. Su objetivo es, como el de cualquier organización viva, que pretenda ser una institución, sobrevivir.

Efectivamente, al menos todas las disciplinas («ciencias») que se ocupan de la empresa tienen algo que decir acerca de la sociedad cooperativa y de las otras empresas de participación. Y el resto de las materias o carreras se ocupan de objetos de estudio abordables desde cualquier proyecto empresarial; y, por tanto, también desde el que tiene la forma de sociedad cooperativa.

Los elementos fundamentales de cualquier Universidad son los estudiantes, que son los consumidores de la formación; la sociedad, que es la consumidora de la investigación, y los profesores-investigadores, que son los suministradores de los servicios anteriores.

Una Universidad es una institución muy compleja que requiere:

- abordar un abanico amplio de especialidades (posiblemente muchos participantes en las actuales sociedades cooperativas de trabajo asociado de enseñanza están en disposición de abordar un gran número de disciplinas);
- un proceso de maduración muy largo tanto del lado de los docentes como de los discentes.

5.2.4.1. *Objetivos*

No se trata de crear Universidades «exclusiva» —que pudiera llegar a ser un gueto—. Sino de alcanzar los siguientes:

- El principio de educación consustancial a las sociedades cooperativas, de manera que ellas mismas cuenten con sus propios institutos e instituciones de formación para la acción, dentro de los cuales la Universidad juega un papel importante,
- La trascendencia de la forma de participación democrática consustancial a la sociedad cooperativa, de manera que una Universidad privada promovida desde las sociedades cooperativas puede ser un instrumento para la consecución de ese fin, evidentemente en la medida que tenga éxito.

5.2.4.2. *Las ventajas competitivas*

Disponibilidad de:

- Una clientela «cautiva», fiel, convencida.
- Unos recursos humanos bien preparados, con un alto nivel de formación.
- Una marca de clase de las sociedades cooperativas, con un movimiento detrás que puede respaldar esta iniciativa.

5.2.4.3. *Las barreras de entrada*

- Eventual dificultad de conseguir la autorización administrativa.
- Fuerte competencia por parte de las Universidades públicas con una tradición, una implantación, un prestigio, un reconocimiento y unos medios muy consolidados.
- Gran competencia de algunas Universidades privadas con cierta tradición.
- Capacidad de adaptación a los requerimientos de la demanda, ya que la Universidad española ha sufrido una adaptación a los tiempos muy importante con la oferta de un mayor número de disciplinas, especialidades y estudios.

5.2.4.4. *Precedentes de implantación en la Universidad de las sociedades cooperativas de trabajo asociado del sector de la enseñanza*¹⁵

La «Escola La Florida», en Catarroja (Valencia), nace como sociedad cooperativa de trabajo asociado para la formación profesional, y ha obtenido el reconocimiento de la Administración pública para conferir diplomas de diplomado y licenciado universitario en Administración de Empresas.

Un precedente anterior equivalente se encuentra en la Escuela Técnica de Enseñanzas Empresariales, que está facultada para impartir la Licenciatura oficial en «Administración y Dirección de Empresas».

¹⁵ En Portugal hay una Universidad cuya forma jurídica es la de sociedad cooperativa.

En Mondragón Corporación Cooperativa (iniciada por el padre José María ARIZMENDIARRIETA) hay que destacar a:

- IKASBIDE para la formación de las personas que «participan» en el mismo.
- ESCORIAZA, en el nivel educativo de la enseñanza básica, aunque empleando el vascuence como lenguaje.
- OTALORA.
- La Universidad Cooperativa de Mondragón Corporación Cooperativa.

En ambos casos, el procedimiento ha sido una mezcla de buena gestión, buena ejecución de las tareas, buen hacer, rigor, consecución de una buena imagen y de una buena implantación en el entorno, reconocimiento oficial y aprovechamiento de las disponibilidades para crecer.

5.3. El ensanchamiento de la gama de los productos

Una de las posibilidades más básicas es la de la intercooperación financiera, utilizando el dinero como amalgama.

5.3.1. ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA ENTIDAD FINANCIERA CON BASE EN LA INTERCOOPERACIÓN DE SOCIEDADES COOPERATIVAS EN EL ÁMBITO DE LA ENSEÑANZA

El colectivo de la enseñanza bajo forma de sociedad cooperativa en España está integrado por un número significativo de colegios con una facturación muy importante.

Es un conjunto de empresas entre las que a pesar de la caída demográfica se encuentra garantizada la estabilidad, cuando no el crecimiento, del número de centros. Esto es así teniendo en cuenta la tendencia a la mejora en la calidad de la enseñanza, plasmada en un reducido ratio de número de alumnos por profesor, y habida cuenta de las actuales políticas educativas por parte de las autoridades ministeriales competentes (aumentando el periodo obligatorio de enseñanza, así como la política de conciertos educativos promoviendo la libre enseñanza).

En suma, puede considerarse que este conjunto de empresas se caracteriza por una saneada situación patrimonial y una razonable estabilidad de los ingresos, teniendo presente —evidentemente— el relevante papel que al respecto juegan las subvenciones.

En este contexto, se considera factible, y además muy positivo para el conjunto de sociedades cooperativas en la educación, la creación de una entidad de crédito y ahorro, con base en las siguientes consideraciones, y siempre teniendo presente las dificultades que comporta una actuación de este tipo.

5.3.1.1. Aspectos que caracterizan al proyecto

- Clientela homogénea y estable.
- No es preciso hacer un desembolso excesivo.
- Posibilidad de conseguir subvenciones.
- Importante volumen de negocio: el juego entre nóminas y cuotas escolares.
- Escaso volumen de impagados/reducción de riesgos (que suele ser un problema de primer orden para cualquier entidad de crédito).
- Posibilidades de ofrecer/recibir interesantes tipos, tanto en operaciones de activo como de pasivo.
- Existencia de experiencias similares.
- Implantación progresiva de servicios según necesidades.
- Necesidades de personal cualificado y tecnología capaz de permitir crecimiento futuro.

En cualquier caso, procede disponer para un análisis más exhaustivo de un estudio de los potenciales socios, con base en el que realizar un análisis de mercado y elaborar un plan de viabilidad con el correspondiente presupuesto del proyecto.

5.3.1.2. Razones que avalan la creación de un banco cooperativo

En el caso del negocio bancario, la generación de excedentes está en función de la diferencia entre lo que cuesta el dinero a la entidad y la rentabilidad que obtiene del mismo. Es conocido que el sector de la banca privada genera unos envidiables beneficios después de impuestos aun en situaciones de crisis económica en los que los volúmenes de impagados son importantes.

Pues bien, para el caso de las sociedades cooperativas, dada la homogeneidad de los socios y a su vez clientes, no sería preciso contar con unas instalaciones muy costosas, habida cuenta que cada vez más la banca electrónica es una realidad muy eficiente. A ello hay

que sumar el que por las características de la clientela puede haber un importante volumen de nóminas domiciliadas —que son capítulo básico en el juego para la generación de excedentes—. Por ello el riesgo del negocio puede estar bastante controlado (no tendría porqué haber un alto porcentaje de impagados).

La creación de una sociedad cooperativa de crédito, tal y como señala la Ley de Sociedades Cooperativas de Crédito, no implica el que no puedan realizarse todo tipo de operaciones con terceros no socios —lo cual permitiría la posible captación de otro pasivo—, aunque su objeto sea prestar atención preferente a las necesidades financieras de su socios.

Si las circunstancias lo permiten, puede jugarse con el abaratamiento de las operaciones de activo del banco y con el encarecimiento de las de pasivo en beneficio de los clientes, siempre y cuando no se comprometa la supervivencia de la entidad.

5.3.1.3. *Las dificultades*

La competencia es la mayor dificultad, especialmente en una actividad tan especializada como la financiera.

- La gestión de las nóminas de los profesores de un colegio, así como la domiciliación bancaria de las cuotas de los alumnos a través de una entidad de crédito, son un negocio suficientemente atractivo como para que las entidades que actualmente realizan estas actividades intenten ofrecer mejores condiciones —que a veces pueden resultar en cierto modo engañosas—, con el fin de no perder al cliente. Por consiguiente, el compromiso de soportar un proyecto de estas características debe estar ampliamente respaldado.
- En un primer momento, al menos, la calidad de los servicios ofrecidos no tiene porqué encontrarse al mismo nivel que los de entidades con gran implantación; pero en cualquier caso, los ofrecidos siempre tendrán un coste inferior y no tienen porqué resultar insuficientes para las necesidades del sector. El propio funcionamiento del banco pondrá de manifiesto las necesidades de servicios, que progresivamente se irán implantando.
- Se ha de contar con personal cualificado, lo que conlleva un coste inicial importante si además se respalda con la adquisición de equipos informáticos suficientes. Sea como fuere, esto se considera vital para el éxito del proyecto, y la amortización de la in-

versión —para lo que además se puede contar con vías de financiación privilegiadas por parte del sector público— será relativamente rápida.

De todas maneras la competencia no tiene porqué ser relevante, como ocurre con otros casos de sociedades cooperativas financieras populares y/o profesionales; por ejemplo, las constituidas por los Colegios de Ingenieros de Caminos en Madrid, de Ingenieros Industriales en Cataluña y de Arquitectos, también en Cataluña, que aunque pequeñas están muy enraizadas, están muy bien gestionadas y tienen una «clientela» muy fiel.

6. CONCLUSIONES

Para desarrollar procesos de intercooperación en el caso de las sociedades cooperativas cuya función es el desarrollo de tareas que conciernen con la educación basta con vincular las actividades que aparezcan asociadas a los procesos de alargamiento y ensanchamiento del propio proceso educativo. Lo propio es empezar por lo más sencillo.

7. LA DOCUMENTACIÓN

- Documentación emitida por:
 - Confederación de Cooperativas de Consumidores y Usuarios.
 - Organización de Consumidores y Usuarios.
 - Unión Española de Cooperativas de Enseñanza (UECOE).
- La normativa emitida por el Ministerio de Educación y Ciencia.
 - La Ley Orgánica de la Enseñanza (LODE).
 - La Ley Orgánica del Sistema Educativo (LOGSE).
- La normativa emitida por las Consejerías de Educación de las diferentes Comunidades Autónomas.

8. ANEXO: ESQUEMA DESCRIPTIVO DE LAS FORMAS DE CON

Formas	Por razón funcional		Sin soc esp
	Con figura societaria específica		
	Con capacidad jurídica	Sin capacidad jurídica	
Genéricas	Unión Temporal de Empresa	Asociación de empresas	Co Ar
	Agrupación de interés económico		
		Grupo de exportadores	
		Club de empresas	
	Empresas de participación:		
	Sociedad cooperativa de primer grado. Art. 1 Sociedad cooperativa integral. Art. 105		
	Mutua		
	Cofradía		
	Sociedad Laboral		
	Sociedad Agraria de Transformación		
	Sociedad de garantía recíproca		
	Unión temporal de empresas		
	En el sector económico agrario:		
	* Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas		
	* Agrupaciones de Productores Agrarios		
Específicas de las sociedades cooperativas	Sociedad cooperativa de 2.º y ulterior grado Art. 77		
	Sociedad cooperativa de integración. Es propuesta en la Exposición de motivos del Reglamento de Cooperativas de Crédito, pero está derogada con la promulgación de la Ley de Cooperativas de 1999, excepto en Andalucía en cuya ley de cooperativas se mantiene.		

¹⁶ Esta tabla fue presentada por primera vez en: GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. el Concurso a la plaza n.º 5 del Cuerpo de Catedráticos de la Universidad Complutense de M. Universidad Complutense de 25 de agosto de 1988 (BOE n.º 221, de 14 de septiembre), celebrado por GUADAÑO en el proceso de elaboración de su Tesis Doctoral bajo la dirección de ese autor.

CIÓN SIN VINCULACIÓN PATRIMONIAL¹⁶

Por razón de dirección			Por ambas razones		
Con figura societaria específica		Sin figura societaria específica	Con figura societaria específica		Sin figura societaria específica
Con capacidad jurídica	Sin capacidad jurídica		Con capacidad jurídica	Sin capacidad jurídica	
		Grupo de empresa		Cártel	
		Grupo de sociedades: matriz y filiales		Central de compras y de ventas	
Sociedad tenedora			Sociedad de empresas (S.A.)		
			Agrupación interprofesional		
Unión y federación Art. 117, 118, 119, 120			Sociedad cooperativa de servicios A 98		
Grupos de sociedades cooperativas Art. 78					

entración económico-empresarial de las cooperativas. En: Proyecto de investigación, presentado para los conocimientos de Economía Financiera y Contabilidad, convocado por Resolución Rectoral de la Universidad de Sevilla de mayo de 1989, 218 págs. Pero ha sido ampliada por las sugerencias de la Licenciada FERNÁNDEZ