

Pequeñas cooperativas de producción exitosas de la Ciudad de México: perspectivas y estrategias de los socios en la modernidad capitalista

Gerardo Luvían Reyes, Mara Rosas Baños y Elvira Yesenia Ramírez Vanoye

Otra Economía, vol. 12, n. 22:42-65, julio-diciembre 2019. ISSN 1851-4715

Pequeñas cooperativas de producción exitosas de la Ciudad de México: perspectivas y estrategias de los socios en la modernidad capitalista

Pequenas cooperativas produtivas de sucesso na Cidade do México: perspectivas e estratégias dos parceiros na modernidade capitalista

Successful small production cooperatives in Mexico City: perspectives and strategies of the partners in capitalist modernity

Gerardo Luvían Reyes*

gerardo.luvian.reyes@gmail.com

Mara Rosas Baños**

mrbecster@gmail.com

Elvira Yesenia Ramírez Vanoye***

yeriri56@yahoo.com.mx

Resumen: Las cooperativas urbanas, además de lidiar con problemas productivos han visto limitada su expansión debido a las características de su inserción en el mercado. Es por ello que el estudio de casos exitosos, especialmente de pequeñas cooperativas urbanas es relevante para su impulso. El objetivo del artículo fue identificar qué tipo de ethos (comportamientos) influyen en las estrategias organizativas y productivas que utilizan los socios de pequeñas cooperativas que pueden considerarse como exitosas de la Ciudad de México. Se utilizó la aproximación teórica de Bolívar Echeverría a la modernidad capitalista y su análisis sobre la existencia de la lógica cualitativa que es consistente con la lógica identificada en las formas de organización productiva de la Economía Social y Solidaria. Para definir el éxito se realizó una revisión de la literatura, y a partir de las características identificadas se utilizó la técnica estadística del análisis discriminante con el programa Stata 13.0. Las estrategias productivas se identificaron a través de entrevistas semiestructuradas, las cuales fueron analizadas con el método de categorización en el software Atlas ti.7. También se utiliza la metodología del balance social cooperativo para recopilar datos financieros, los cuales se examinan con una matriz de análisis de datos.

Palabras clave: cooperativas exitosas, economía social y solidaria, modernidad capitalista.

* Instituto Politécnico Nacional (IPN), Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales (CIECAS), Ciudad de México, México.

** Instituto Politécnico Nacional (IPN), Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales (CIECAS), Ciudad de México, México.

*** Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS), Ciudad de México, México.

Resumo: As cooperativas urbanas, além de lidarem com problemas de produção, têm tido sua expansão limitada devido às características de sua inserção no mercado. É por esta razão que o estudo de casos de sucesso, especialmente de pequenas cooperativas urbanas, é relevante para a sua promoção. O objetivo do artigo foi identificar que tipo de ethos (comportamentos) influenciam as estratégias organizacionais e produtivas utilizadas pelos membros de pequenas cooperativas que podem ser consideradas bem-sucedidas na Cidade do México. A abordagem teórica de Bolívar Echeverría à modernidade capitalista e sua análise da existência de uma lógica qualitativa consistente com a lógica identificada nas formas de organização produtiva da Economia Social e Solidária foram utilizadas. Para definir o sucesso, foi realizada uma revisão da literatura e, com base nas características identificadas, foi utilizada a técnica estatística de análise discriminante com o programa Stata 13.0. As estratégias produtivas foram identificadas por meio de entrevistas semiestruturadas, que foram analisadas pelo método de categorização no software Atlas ti.7. A metodologia do balanço social cooperativo também é utilizada para a coleta de dados financeiros, que são examinados por meio de uma matriz de análise de dados.

Palavras-chave: cooperativas bem sucedidas, economia social e solidária, modernidade capitalista.

Abstract: Urban cooperatives, in addition to dealing with production problems, have seen their expansion limited due to the characteristics of their insertion in the market. It is for this reason that the study of successful cases, especially of small urban cooperatives, is relevant for their promotion. The objective of the article was to identify what type of ethos (behaviours) influence the organisational and productive strategies used by members of small cooperatives that can be considered successful in Mexico City. Bolívar Echeverría's theoretical approach to capitalist modernity and his analysis of the existence of qualitative logic that is consistent with the logic identified in the forms of productive organization of the Social and Solidarity Economy were used. In order to define success, a review of the literature was carried out, and based on the characteristics identified, the statistical technique of discriminant analysis was used with the Stata 13.0 program. Productive strategies were identified through semi-structured interviews, which were analyzed with the categorization method in Atlas ti.7 software. The cooperative social balance methodology is also used to collect financial data, which are examined with a data analysis matrix.

Key words: successful cooperatives, social and solidarity economy, capitalist modernity.

Introducción

Las cooperativas son una de las formas de organización productiva con mayor arraigo en la Economía Social y Solidaria (ESS) su amplia presencia fue identificada por Razeto (1993). La aportación que el marco conceptual y legal del cooperativismo hace a la ESS, explica que el cooperativismo esté enmarcado en la ESS, y actualmente se haya constituido como una de las alternativas que los gobiernos utilizan para hacer frente al desempleo estructural del capitalismo. Su inclusión como mecanismo de desarrollo en la legislación de países latinoamericanos inició en los años ochenta, a través del reconocimiento de la existencia del Sector Social de la Economía, pero no fue sino hasta los noventa y principios de este siglo que se crea un marco legal de impulso específicamente de la ESS (Guerra, 2012) en Colombia, Ecuador, Brasil y Argentina (Arruda, 2004). Este fue también el caso de México, donde en 1983 se modificó el artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos para introducir en su párrafo octavo al sector social como elemento de desarrollo; pero fue recién el 23 de mayo de 2012 que se creó la Ley de la Economía Social y Solidaria y el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) para cumplir el mandato constitucional de fomentar la ESS a nivel nacional (Rojas, 2016).

La Ciudad de México (CDMX) se ha destacado desde 2012 por la creación e impulso de cooperativas mediante programas de política que operan tanto la Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo (en adelante STyFE) como las alcaldías (Vadillo, 2014). No obstante, a pesar de dicho impulso, el panorama general es adverso para todas las cooperativas, principalmente para las

pequeñas (INAES, 2013). En el ámbito legal, Izquierdo (2009) menciona que la última reforma neoliberal a la Ley General de Sociedades Cooperativas (LGSC, 1994) les dio un trato empresarial (INAES, 2013); haciendo que el pago de impuestos las pueda llevar a su desaparición, especialmente a las cooperativas con magros excedentes (INAES, 2013).

De acuerdo con el diagnóstico del INAES (2013) los problemas de comercialización involucran el hecho de que los productos y servicios que ofrecen las cooperativas no puedan competir con los del sector privado; además, hay una falta de estrategias de intercambio entre las mismas cooperativas y de redes de comercialización que las fortalezcan. Entre los problemas financieros el diagnóstico menciona la dificultad que tienen las cooperativas para obtener recursos por la escasez de fondos gubernamentales destinados a ellas; al respecto se reconoce que lo deseable es que las cooperativas no dependan de recursos públicos, no obstante, la mayoría mencionó requerirlos. Laville (2006) señala que el financiamiento del Estado no necesariamente implica la desvirtuación de la ESS, siempre y cuando sea en beneficio de la cooperativa y no se utilice como mecanismo de control.

En el aspecto organizacional los problemas internos se relacionan a conductas antidemocráticas en la gestión (Luvian, 2015). La permanencia de la cultura asalariada desemboca en: pugnas por los cargos de dirección, nula reciprocidad en el trabajo (INAES, 2013); y falta de: confianza, responsabilidad compartida, líderes democráticos (Arruda, 2004) y respeto al organigrama (Camilletti *et al.*, 2005). Lo anterior acontece por una falta de apego a los principios cooperativos para la gestión interna: membresía abierta y voluntaria, control democrático, y participación económica de los socios. Esto tiene una relación directa con la carencia de educación cooperativa y de ESS, puesto que resalta la ausencia de instituciones especializadas que impartan esta formación (INAES, 2013), lo cual en parte explica que algunos cooperativistas tengan comportamientos que responden más a una lógica capitalista que a una más apegada a la ESS. El objetivo de este artículo es analizar las estrategias organizativas y productivas que utilizan las pequeñas cooperativas que se pueden clasificar como exitosas en la CDMX, con el fin de realizar una aproximación tanto a su lógica como a su posición *ethoica*, así como aportar elementos que puedan servir a otras bajo circunstancias similares. El presente artículo propone una lectura del sujeto cooperativista que no asume una lógica solidaria impoluta para entender qué tipo de estrategias de éxito se desarrollan en las zonas urbanas, donde el capitalismo, la competencia, el individualismo y la subordinación son la regla.

En la búsqueda de los elementos teóricos para identificar el éxito de una cooperativa se encontraron cuatro aspectos considerados como clave: dos se refieren a los principios y objetivos que promueve el cooperativismo y la ESS: 1) apropiada gestión cooperativa, y 2) desarrollo del ser humano; los otros dos son consecuencia de la interacción con el mercado: 3) viabilidad económica, y 4) posibilidades de mejora en la gestión y la producción (Meitta, Cavina y Franco, 1966; OIT, 2000; Sánchez, 2001; González y San Bartolomé, 2009; OESSP, 2015). Las características del éxito en el cooperativismo muestran una doble naturaleza que puede ser explicada desde el enfoque de la modernidad capitalista de Echeverría (2011a), a través de la identificación de los diferentes *ethos* (comportamientos) basados en las perspectivas de los sujetos cooperativistas. La metodología es mixta y consta en primer lugar de un análisis discriminante, herramienta estadística que se utilizó para la selección de las cooperativas exitosas con la ayuda del software Stata 13.0; las entrevistas semiestructuradas a los cooperativistas fueron analizadas a través del método de categorización y se procesaron con el software Atlas.ti 7, y finalmente se recopilaron datos financieros utilizando una sección del balance social cooperativo, esos datos se estudiaron a través de la matriz de análisis de datos.

Ethos en la identificación de la lógica de los sujetos cooperativistas en la modernidad capitalista

De acuerdo con Marx (2001) las mercancías tienen una naturaleza social y material; además cuentan

con una doble forma, la natural y la del valor, identificada respectivamente como valor de uso y valor de cambio. En la modernidad capitalista la estructura social está determinada fundamentalmente por esta doble forma contradictoria: la forma natural que opera mediante una semiótica¹ de producción y consumo de valores de uso, y la forma valor a través del valor de cambio para la acumulación del capital (Echeverría, 2011b). Por un lado, la forma natural posibilita la existencia de una lógica cualitativa que “sigue un principio concreto, cualitativo y “natural” de organización” que garantiza la reproducción de la vida; por otro, la forma valor se expresa en una lógica cuantitativa “que se rige por un principio organizativo abstracto, puramente cuantitativo y “artificial” que mercantiliza la vida” (Díaz, Valdés y Sigüenza, 2009:5); esta última es la lógica dominante actual (Salgado, 2015). Para los sujetos, vivir en la modernidad implica estar entre dos lógicas contrapuestas, una que aniquila la vida (cuantitativa) y otra que permite su reproducción (cualitativa), “éste es el desgarramiento del hombre moderno en el que todo su mundo, su personalidad, su comportamiento está obedeciendo a dos lógicas totalmente contrapuestas, una de las cuales es más poderosa que la otra” (Sigüenza, 2011:84). La expresión “hombre urbano moderno” hace referencia a una de las lógicas que existen, puesto que hay evidencia de la presencia de otra lógica más vinculada a la vida en las comunidades indígenas y campesinas (Heyning, 1982; Schejtman, 1980; Shanin, 1979; Rosas y Barkin, 2009).

Ante la contradicción entre la lógica cualitativa y cuantitativa se construyen ciertos comportamientos sociales, ciertos usos y costumbres que afectan tanto subjetivamente el carácter de las personas, como objetivamente la forma de organización y visión del mundo: son estrategias de comportamiento (o ethos) para vivir en un modo de producción amenazante y contradictorio (Echeverría, 2008; 2011a). El ethos es un refugio, “un recurso defensivo o activo” que constituye el carácter, la personalidad, que lleva a vernos y tratar a los demás de un modo particular (Echeverría, 1994:71). Echeverría identifica cuatro ethos, cada uno de los cuales puede presentarse de manera preponderante, aunque pueden convivir dos o más en una misma persona:

1. El ethos realista, de origen europeo noroccidental, es un comportamiento desarrollado por sujetos que conciben el modo de producción capitalista como insuperable y benéfico; suponen “que es imposible una modernidad que no sea capitalista” (Echeverría, 2011a:196). El sujeto se posiciona desde los valores de cambio, sin importar las consecuencias de la acumulación de capital; genera una identidad con la valorización del capital y organiza su vida entorno a ella, el valor de uso sólo le importa como medio portador.
2. El ethos romántico corresponde a un comportamiento que no distingue los valores de uso y los valores de cambio, por lo que no se posiciona desde ninguno de ellos, percibe “la contradicción como si ella fuera lo contrario de lo que es” (Díaz, Valdés y Sigüenza, 2009:5). Termina por entender que los fenómenos provienen del capitalismo como producto del progreso, concepto con el que se identifica.
3. El ethos clásico resulta de identificar los problemas que genera el capitalismo con la mercantilización de la vida y, sin embargo, enmascararlos al reconocerlos como inherentes, e inapelables. Consecuentemente no se posiciona desde los valores de uso, pero tampoco desde los valores de cambio, al mantener una actitud “comprensiva y constructiva dentro del cumplimiento trágico de la marcha de las cosas” (Echeverría, 2011a:198).
4. El ethos barroco es un comportamiento histórico-estructural que expresa una dialéctica de

¹ Echeverría (2011b:166) aclara que el proceso de reproducción social tiene una dimensión reproductiva semiótica que implica un lenguaje surgido en la producción y consumo. El sujeto (comunicante) en la producción da forma a un objeto y cifra en él un mensaje, una intención transformativa (un valor de uso) para quien lo consume; el consumidor lo descifra (interpretante) dependiendo de sus posibilidades de uso en un proceso libre que puede o no reproducirse, al elegir si el producto (mensaje) es útil socialmente (productiva o improproductivamente).

resistencia e integración a la modernidad capitalista (Arizmendi, 2016). Lo barroco, mantiene un desencanto permanente porque se posiciona del lado de los valores de uso, mediante su creación y disfrute a través del trabajo; no obstante, también es cómplice de la modernidad porque al sujeto le es imposible eliminar o solucionar la preeminencia de la lógica devastadora de valoración de capital, aunque la mantiene como inaceptable. Su rebeldía históricamente proviene de los vencidos, y vive a partir de aceptar “las leyes de la circulación mercantil, a las que esa corporeidad sacrifica, pero que lo hace al mismo tiempo que se inconforma con ellas y las somete a un juego de transgresiones que las refuncionaliza” (Echeverría, 2011:203).

Lo peculiar del ethos barroco es la resistencia, defiende la forma natural incluso dentro de los mismos procesos por los que la barbarie capitalista la ataca (Sigüenza, 2011). Como ejemplo del ethos barroco está el cooperativismo que surge en el seno del naciente capitalismo a mediados del siglo XVIII en medio de una enorme y creciente desigualdad, sobreexplotación y pobreza de la clase trabajadora. En la literatura de la ESS su lógica se asocia a una contra lógica capitalista, instrumental y economicista orientada por el egoísmo y la competencia, al cálculo de la utilidad y la ganancia individual (Marañón, 2012; Marañón y López, 2014; Azkarraga y Altuna, 2012; Razeto, 1993) expresada en la lógica cuantitativa que Echeverría identifica en la modernidad capitalista. La lógica cualitativa está vinculada a la forma natural en concordancia con la lógica reproductiva de la ESS que busca generar las bases materiales, cognitivas y afectivas para la satisfacción de necesidades sociales, a partir de “condiciones de arraigo local, diversidad, reciprocidad e interdependencia” (Collin, 2014:115), y mediante prácticas alternativas que implican innovar, “consumir, producir, intercambiar, financiar, comunicar, [y] educar” (Arruda, 2004:73) para la vida.

El cooperativismo coexiste con el capitalismo (Gordon, 1993) y compite en el mercado apoyándose en su singular forma de organización productiva, cuya característica principal es la propiedad social de los medios de producción y la autogestión, características que lo distinguen de manera drástica del capitalismo (Singer, 2016), y lo lleva a una contradicción enmarcada entre la lógica cualitativa y la cuantitativa que se materializa en un dilema “entre la autogestión y el mercado que marca una dinámica que induce a los emprendimientos autogestionarios a decidir inversiones, precios en función de las exigencias de la competitividad” (Rosas y Lara, 2013:13). Esto incluso ha llevado a afirmar que las cooperativas pueden adquirir conductas empresariales si “compran insumos baratos, sin importar el origen; y pueden inclusive, contratar personal asalariado” (Collin, 2014:109). La transformación empresarial descrita ha sido denominada como “la teoría de la degeneración” por Errasti, Bretos y Nunez (2017:19).

En ese sentido, la identificación del éxito en las cooperativas urbanas requirió de una distinción entre los ethos y la lógica de cómo son resueltos los problemas derivados de la interacción de las cooperativas con el mercado; de acuerdo a dos características de un favorable desempeño en el mercado, y dos características del cumplimiento de los principios cooperativos y objetivos de la ESS, por lo que el éxito se define de acuerdo a:

- 1) Viabilidad económica: Los socios de la cooperativa deben de ser capaces de vivir de la actividad productiva, implica generar el pago a tiempo del ingreso económico de sus socios (Meitta, Cavina y Franco, 1966); tener un crecimiento sostenido en ventas (Sánchez, 2001); y llevar cinco años de operación ininterrumpida para considerarlas como un vehículo que lleve a la organización al fortalecimiento del desarrollo humano y económico (González y San Bartolomé, 2009).
- 2) Posibilidades de mejora de la gestión y la producción: Ambas implican la búsqueda de capacitación constante, la creación de sinergias entre conocimientos tradicionales y actuales, e incorporación de nuevas tecnologías (incluso innovación) que no eliminen puestos de trabajo actuales o a futuro (OIT, 2000; Rosas, 2013).

3) Apropiaada gestión cooperativa: Para denominarse históricamente como cooperativas las organizaciones deben ser gestionadas por los socios con base en los principios y valores cooperativos, lo que principalmente se refleja si es una organización democrática y solidaria.

4) Promoción del desarrollo del ser humano: Conforme a la ESS se plantea desarrollar capacidades políticas de los miembros (participativas), culturales (espirituales, estéticas, artísticas y sensibles), sociales (relacionales y convivenciales) y económicas alternativas (OESSP, 2015), desde un “profundo deseo de felicidad, que no puede existir sin autorrespeto, respeto mutuo y lazos de amor entre las personas” (Arruda, 2004:71).

En el marco de la ESS y desde la forma natural del valor, el trabajo no sólo implica una acción que cambia “de forma la materia que le brinda la naturaleza, sino que, al mismo tiempo realiza en ella su fin, fin que rige como una ley” (Marx, 2010:131). Es decir, desde la lógica cualitativa el trabajo le permite a la persona objetivar los ideales concebidos en su mente; y darle sentido a su vida a través de un deseo de trascendencia (Valverde, 2014) que permite la reproducción social de la comunidad y del individuo social. Expresa su socialidad mediante los valores de uso producidos, los cuales siempre tienen una intención transformativa dirigida al sujeto en un proceso libre y constante producir-cifrar-consumir-descifrar (Echeverría, 2011b).

Metodologías de investigación

Las metodologías empleadas en la investigación son mixtas. Se utilizó la técnica estadística del análisis discriminante en el software STATA 13.0 para identificar a las cooperativas exitosas conforme a la literatura revisada. Al no haber una base de datos oficial sobre cooperativas en México, se recurrió a la existente en el “Diagnóstico económico sobre cooperativismo del Distrito Federal [ahora CDMX]” realizado para la STyFE en 2015; conseguida mediante una solicitud de información a INFOMEX. La base de datos contiene la información de 192 cooperativas, que respondieron un cuestionario destinado a conocer detalles de su forma de gestión y comportamiento en el mercado, la muestra es representativa al 90% de significancia de 1.589 cooperativas.

El análisis discriminante es considerado adecuado “cuando la variable dependiente es categórica y las variables independientes son cuantitativas” (Cerón y Miranda, 2015:8). Se realizaron dos análisis en correspondencia con la conceptualización presentada del éxito en las cooperativas; uno, referente a la interacción con el mercado, las variables de la base de datos permitieron realizarlo para la categoría viabilidad económica; otro análisis, fue realizado con las mismas restricciones para la categoría apropiada gestión cooperativa. Las discriminaciones requieren de la asignación a priori de las 192 cooperativas en dos grupos (A y B), de cumplir, o no, los criterios de la teoría. Al grupo (A) respectivamente pertenecen las cooperativas con viabilidad económica, y apropiada gestión cooperativa. Al grupo (B) las cooperativas inviables económicamente, y con inapropiada gestión cooperativa, correspondientemente. Estadísticamente se verificaron las clasificaciones a priori al buscar las funciones “ $m = \min(q-1, p)$, tales que discriminen o separen lo máximo posible a los q grupos. Estas combinaciones lineales de las p variables deben maximizar la varianza entre los grupos [...] pero al mismo tiempo minimiza la varianza dentro de los grupos” (Madrid y Cerón, 2012:48). Los casos que se consideran son los de pequeñas cooperativas, que conforme a la literatura presentan el mínimo legal de cinco socios para trabajar de manera autogestionada (LGSC, 1994; Izquierdo, 2009).

La identificación de estrategias de las cooperativas exitosas se realizó a través de la entrevista semiestructurada (Díaz, Torruco, Martínez y Varela, 2013). El entrevistado fue el responsable de un cargo de dirección (presidente o encargado del Consejo de Administración) por el mayor conocimiento de la organización que representa (LGSC, Art.43, 1994). Las entrevistas se estructuraron para conocer dos aspectos no excluyentes: la posición ethoica de los miembros respecto

a su práctica del cooperativismo conforme a sus paradigmas sobre el capitalismo, y las estrategias: productivas, de innovación, comercialización, ante problemas de capitalización, fiscales, educativos y de capacitación. Para corroborar algunas respuestas de las entrevistas, se recabaron datos sobre el cumplimiento de los principios cooperativos “en unidades monetarias como unidades físicas, con sus respectivos cualitativos” (González y San Bartolomé, 2009:26), con un formato basado en la metodología internacional del balance social cooperativo; de la cual se retomaron aspectos para medir la apropiada gestión cooperativa y viabilidad económica. La información fue procesada mediante la metodología de matriz de análisis de datos, para tabular variables de los casos exitosos “de forma simultánea, lo cual posibilita hacer análisis bivariados o multivariados de los datos” (PowerData, 2016). Las matrices se construyeron bajo dos criterios (Blázquez y Peretti, 2007): consistencia (justificación de lo que se compara) y correspondencia (congruencia con el registro que antecede o precede).

La interpretación de las entrevistas se realizó a partir del método de categorización como lo sugiere la teoría (Muñoz y Sahagún, 2017; Fernández, 2006). El método sirve para procesar las respuestas significativas y similares de los entrevistados a través de palabras o frases, al distinguir categorías (tema general) y subcategorías (componentes del tema) de entre las extensas citas. Se utilizó el software Atlas ti.7 para dotar de mayor rigor al método al mostrar aspectos numéricos de cada categorización (Martínez, 2001), a la izquierda la fundamentación (citas que respaldan) y a la derecha la densidad (relaciones entre categorías). El programa ayuda a presentar la información por medio de redes que permiten “llamar a todos los elementos que pueden apoyar una u otra hipótesis, argumento o conclusión” (Varguillas, 2005). Las redes presentan las relaciones propuestas por el investigador entre categorías (enlazan con flechas rojas) y subcategorías (enlazan con flechas negras) para organizar la información, también mediante símbolos; las redes fueron principalmente construidas mediante el método de coocurrencias, basado en las frecuencias de densidad entre las subcategorías identificadas por el software (Muñoz y Sahagún, 2017). Cuando se analicen las categorizaciones se escribirán entre comillas y con letras cursivas para diferenciarlas del texto.

Resultados: Posiciones ethoicas y estrategias de los socios cooperativistas

La intersección de los grupos con apropiada gestión cooperativa y viabilidad económica derivó en la aproximación e identificación que se realizó de cooperativas exitosas, dieciséis cooperativas cumplían con ambos criterios; sin embargo, se eliminaron a cuatro que aún no contaban con cinco años de operación por ser un dato relevante de consolidación (González y San Bartolomé, 2009). De las doce cooperativas seleccionadas sólo se pudo realizar la entrevista a nueve, por problemas de disposición, existencia o localización; al aplicar la entrevista una fue descartada porque en la práctica no era gestionada democráticamente, ni desempeñaba trabajo colectivo por lo que únicamente se presenta información para ocho (véase Tabla 1). Las posiciones ethoicas de los cooperativistas se pueden identificar a partir de su apego a la lógica cuantitativa que privilegia el valor de cambio de la mercancía por encima de su valor de uso, lo que los lleva a aceptar (realista); confundir (romántico) o encubrir (clásico) la modernidad capitalista, o por privilegiar la lógica cualitativa al poner mayor énfasis en el valor de uso de sus mercancías y posicionar el proceso de trabajo como un medio de realización de las personas (barroco).

Sector	Cooperativas	Productos o servicios	Delegación (Alcaldía)	Años de operación	Número de socios	Tipo de socios
Cooperativas agropecuarias	CA1	Invernadero de plantas ornamentales, comercialización y mantenimiento.	Xochimilco	12	6	Familiar
	CA2	Invernadero de jitomate.	Xochimilco	12	5	Familiares y amigos
Cooperativas de producción	CP1	Elaboración de productos de soya y gluten.	Xochimilco	8	5	Familiar
	CP2	Elaboración de empanadas, pays y pizzas.	Álvaro Obregón	8	5	Familiar
	CP3	Deshidratadora de frutas y hortalizas.	Xochimilco	12	8	Familiar
	CP4	Maquiladora de bebidas frutales.	Álvaro Obregón	11	5	Familiar
Cooperativas de servicios	CS1	Ecoturismo y hospedaje. Impartición de <i>coaching</i> empresarial.	Tlalpan	6	6	Familiar
	CS2	Consultoría en sistemas, venta e instalación de software. Centro de fotocopiado y ploteo.	Tláhuac	6	5	Amigos

Tabla 1: Datos generales de las ocho cooperativas entrevistadas. Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

En la Tabla 1 se observa que el promedio de miembros por cooperativa es de alrededor de cinco y se ubican en las alcaldías al sur de la CDMX (véase la Imagen 1), el número total de socios que integran las cooperativas entrevistadas es de 45. También se aprecia que siete de las ocho cooperativas están integradas por miembros de la familia, y una sólo por amistades. Esto se explica de acuerdo con González (2007) porque en la actualidad la familia provee de una comunidad con límites claros, duradera, pequeña y generadora de seguridad, como refugio a la acción humana movida por intereses utilitarios. Por otro lado, en siete de ocho casos (excepto en la CP4), ser familiares y amigos en las cooperativas estaba asociado con la “experiencia de autoempleo previa” que los entrevistados identificaron como precario; la subcategoría a su vez coocurre con que algún socio poseyera “conocimiento en la actividad productiva”. En este sentido se puede decir, que se identifica una actitud barroca en los socios porque están buscando una estrategia para vivir en el capitalismo que supere el autoempleo precario mediante el trabajo autogestionado.



Imagen 1: Ubicación de las cooperativas exitosas entrevistadas. Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

De acuerdo con las entrevistas, cinco cooperativas (CA1, CA2, CP2, CP3 y CP4) al momento del surgimiento desconocían previamente qué era una cooperativa; para su conformación se acercaron a instituciones de gobierno cuando requirieron financiamiento o formalizarse. Sólo tres cooperativas (CP1, CS1 y CS2) buscaron de manera autónoma constituirse en cooperativa. El grado de estudios de los entrevistados es destacable, el cooperativismo urbano se diferencia del rural en este aspecto, la mitad (cuatro) han concluido el nivel de bachillerato o preparatoria (CA2, CP2 y CP4), uno cuenta con conocimientos técnicos (CP1), la otra mitad cuenta con un grado de estudios universitario (CP3, CS1 y CS2), incluso uno de ellos (CA2) tiene el grado de maestro.

Para realizar una aproximación a su percepción de la modernidad capitalista se les preguntó a los socios su opinión sobre el capitalismo y las soluciones que a partir del cooperativismo se le podrían dar a problemáticas ambientales, sociales y económicas, esto porque la aproximación al ethos tiene un carácter subjetivo y otro objetivo (Echeverría, 1994; 2011; 2008) por lo que se pregunta su perspectiva y posteriormente se analiza su praxis. De sus respuestas derivaron las categorías: “perspectivas sobre la necesidad de superar el capitalismo” y “perspectivas de uso del cooperativismo ante problemas sociales” (véase la Imagen 2)

acordes a su crítica. Estas prácticas pueden considerarse aproximadas al barroco por el interés por conservar la naturaleza, base de la reproducción de la vida. En cambio, la CA2 es la única que desarrolla su praxis desde un ethos romántico (ideal del progreso) por no conocer qué es el capitalismo, y no contar con perspectivas para criticarlo o respaldarlo.

Prácticas cooperativistas relacionadas a la educación cooperativa

Los entrevistados recibieron educación cooperativa de las siguientes instituciones: cuatro cooperativas (CA1, CP1, CP4, CS1) de la STyFE, tres del Instituto Politécnico Nacional (IPN) en convenio con la STyFE (CP2, CP3 y CS2), y dos de Alcaldías (CA2 y CS2). Conforme a las entrevistas, la educación recibida asumió la existencia de sujetos solidarios al interior de las organizaciones, y enfatizó lo que podían hacer externamente desde tres principios del cooperativismo para diferenciarse de las empresas convencionales.

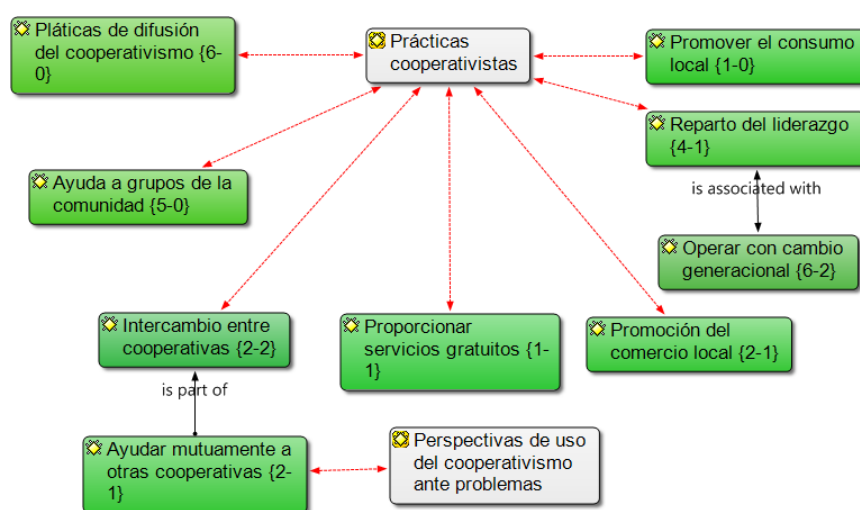


Imagen 3: Prácticas cooperativistas desarrolladas. Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

En orden de fundamentación de las subcategorías (véase la Imagen 3) cinco cooperativas (CP1, CP2, CP3, CS1 y CS2) tratan de cumplir el principio de compromiso con la comunidad mediante: “ayuda a grupos de la comunidad” (la CP2 y CS2 donan dinero a fiestas comunitarias, la CP3 contrata a jóvenes de carreras relacionadas al giro de la cooperativa, y la CP1 ofrece a precios bajos algunos productos); “promoción del comercio local” (la CS1 lo realiza en colonias cercanas, la CP3 compra frutas y verduras a agricultores locales), y “proporcionar servicios gratuitos” (la CS2 ofrece consultoría fiscal básica). Cuatro cooperativas (CA1, CP2, CP3 y CS1) cumplen el principio de educación, formación e información a través de “pláticas de difusión del cooperativismo” (véase la Imagen 3); tres de ellas (CP2, CP3 y CS2) aceptan compartir su experiencia en foros universitarios, y la CA1 brinda apoyo delegacional para constituir cooperativas. Tres cooperativas tratan de cumplir el principio de “intercambio entre cooperativas” véase el análisis de la Tabla 3.

Características organizacionales

Las cooperativas estudiadas que desempeñan una apropiada gestión democrática (factor de éxito) no lo hacen como estrategia, sino como resultado de las interacciones de los integrantes; no obstante, sólo tres cooperativas (CA1, CP2 y CP3) con base en la educación cooperativa se propusieron expresamente desarrollar una gestión cooperativa que entre sus elementos tiene compartir el

liderazgo, lo cual en la práctica se asocia a “operar con cambio generacional” (véase la Imagen 3). En las cooperativas familiares se da entre padres (fundadores) e hijos (segunda generación de socios), o entre fundadores y nuevos socios. Para conocer su situación democrática se usó la matriz de análisis de datos para procesar la información recabada en el formato basado en el balance social cooperativo.

	CA1	CA2	CP1	CP2	CP3	CP4	CS1	CS2
	Edad							
Presidente	32	53	52	52	43	58	59	31
Consejero de administración	32	Bis	30	54	37	33	59	31
Consejero de vigilancia	30	NPI	27	34	33	38	25	34
	Duración en el cargo							
Presidente	11	NPI	9	7	4	7	5	2
Consejero de administración	11	NPI	9	7	4	7	5	2
Consejero de vigilancia	11	NPI	9	3	4	7	5	2
	Ingreso mensual							
Presidente	\$6000 - \$9000	\$9000 - \$12000	\$6000 - \$9000	\$6000 - \$9000	\$3000- \$6000	\$6000 - \$9000	\$3000- \$6000	\$6000 - \$9000
Consejero de administración	Bis	Bis	\$6000 - \$9000	\$6000 - \$9000	\$3000- \$6000	\$6000 - \$9000	Bis	\$6000 - \$9000
Consejero de vigilancia	\$6000 - \$9000	\$9000 - \$12000	\$6000 - \$9000	\$6000 - \$9000	\$3000 - \$6000	\$6000 - \$9000	\$3000- \$6000	\$6000 - \$9000

Tabla 2: Edad, duración en el cargo, e ingreso del: presidente, responsable del consejo de administración, y responsable del consejo de vigilancia (pesos mexicanos). Fuente: Elaboración propia, con datos del formato basado en el balance social cooperativo.

Referencias: Las casillas verdes indican que el cargo de dirección es ocupado por una mujer
NPI= No proporcionó información.

Tres cooperativas (CA1, CA2 y CS1) tienen un presidente y no un encargado del consejo de administración. Legalmente puede haber un administrador al haber menos de diez socios (LGSC, 1994, Artículo 43), situación indicada con la palabra Bis en la Tabla 2. Lo que se aprecia es que el 30% de los cargos los detenta una mujer y que su nivel de ingreso es igual, en el caso de la CA2 incluso mayor que el del resto de cooperativistas en similares cargos. La CA2 no respondió el formato, sólo se cuenta con la información que brindó en entrevista.

El artículo 42 de la LGSC (1994) menciona que los cargos de dirección deben de ser renovados en un período máximo de cinco años, con posibilidad de reelección por el mismo período. Se aprecia en la Tabla 2 que únicamente en el caso de la CA1 se ha rebasado el tiempo para rotar el cargo, las demás cooperativas están en tiempo (véase la Tabla 2). Legalmente, cuando los socios rebasan los diez años de duración en los puestos, forzosamente deberían renovar sus liderazgos para comprobar que realmente son organizaciones democráticas.

La toma de decisiones consensuada en las asambleas es otro de los rasgos de un control democrático. Los cooperativistas mencionaron que se utilizan reuniones frecuentes entre todos los socios, consideradas como asambleas extraordinarias (Ramírez, 2013). Las ocho cooperativas utilizan estas reuniones principalmente para abordar nuevos proyectos; tres cooperativas (CA1, CA2 y CP3) destacaron que también las utilizan para “el reparto de actividades entre los miembros”, y la

“resolución de conflictos” (CS1, CP2 y CP3).

Estrategias de capacitación

Conforme a las características del éxito, en la práctica destacó la importancia de las capacitaciones para posibilitar la mejora de la producción y la gestión de las cooperativas (OIT, 2000).

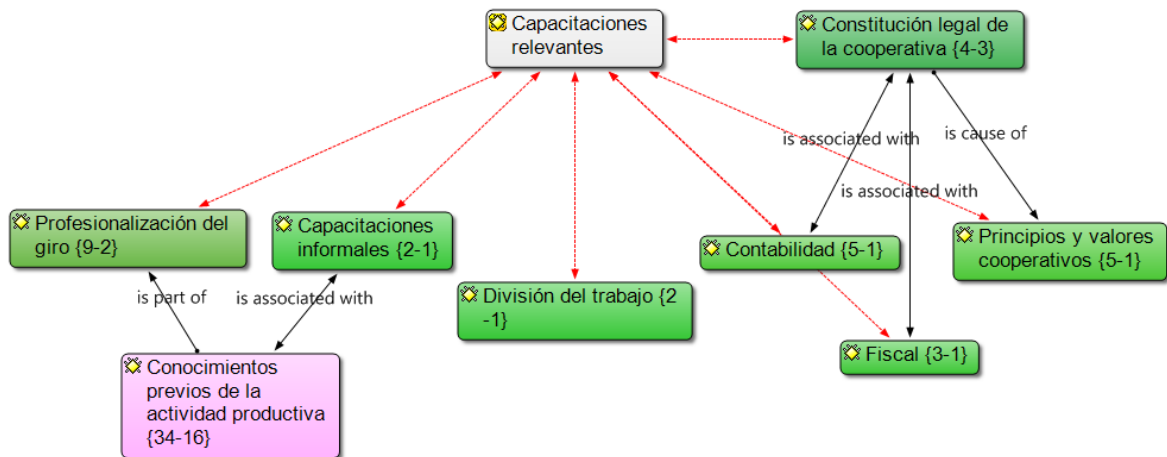


Imagen 4: Capacitaciones relevantes para la producción, la gestión y el cooperativismo. Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

Las capacitaciones más relevantes que han cursado cinco entrevistados (CA1, CP1, CP2, CP3 y CS1) para la “profesionalización del giro” fueron obtenidas de dependencias especializadas en sus actividades productivas; subcategoría que co ocurre con los “conocimientos previos de la actividad productiva”, necesarios para poder aprovechar la capacitación; esta subcategoría cuenta con una densidad relevante (véase la Imagen 4). La CA1 se capacitó para poder obtener financiamiento y ofrecer otros servicios ligados a las plantas ornamentales, la CP1 para empaquetar y conservar alimentos, la CP2 para innovar en productos de panadería, la CP3 en mercadotecnia y exportación internacional, la CS1 para proporcionar servicios ecoturísticos, la CP4 en higiene alimentaria, y la CS2 en temas de nómina y facturación. Para la “profesionalización del giro” dos cooperativas se capacitaron en instituciones privadas, la capacitación de la CA2 dependió exclusivamente de “capacitaciones informales” (véase la Imagen 4). En el caso de las capacitaciones para la mejora de la gestión, cuatro cooperativas (CP2, CP3, CS1 y CS2) afirmaron haber obtenido conocimientos útiles de la educación cooperativa durante su “constitución legal” (véase la Imagen 4); esa capacitación a las cooperativas (CP2 y CP3) les sirvió en aspectos “contables” y “fiscales”. Las cooperativas (CP1 y CP3) recibieron conocimientos contables de instituciones públicas no relacionadas al cooperativismo (véase la Imagen 4).

Estrategias de innovación

La innovación (tecnológica) es uno de los factores de viabilidad económica para el éxito que marca la teoría para mejorar la producción siempre que no elimine puestos de trabajo (OIT, 2000).

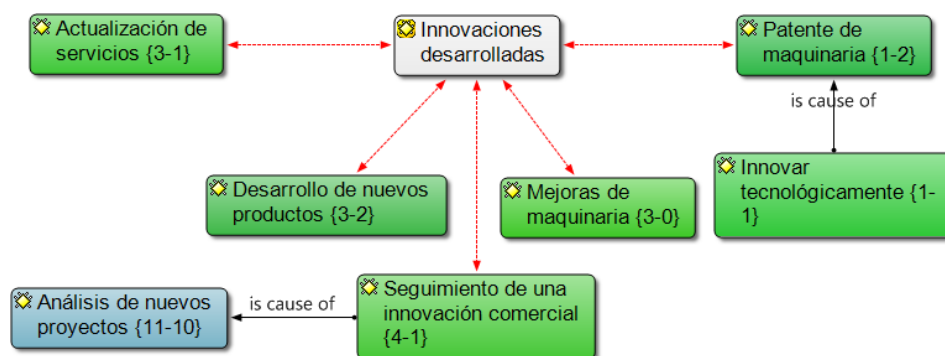


Imagen 5: Innovaciones desarrolladas. Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

De los ocho casos, la CP3 es la única con una “patente de maquinaria” (véase la Imagen 5), la innovación no generó un acaparamiento del conocimiento por parte de los desarrolladores (biólogo e ing. mecánico); quienes la registraron para protegerse de intentos de robo por parte de acaparadores de productos agrícolas en sus primeras vinculaciones con productores locales. A los futuros socios (familiares y amigos) se les permitió conocer la patente para mejorar la innovación en función de sus perfiles (ing. mecánico e ing. en alimentos) para cumplir metas sociales y ecológicas, y obtener el financiamiento para construir 100 deshidratadores solares. En dos cooperativas (CP2 y CP4) ha sido necesario contratar ingenieros externos para realizar “mejoras de maquinaria” (véase la Imagen 5). El caso de la CP2 es interesante por su interacción con una cooperativa que desarrolla maquinaria por debajo del precio de mercado conforme a los requerimientos solicitados; sus socios son profesores y estudiantes de carreras de ingeniería (IPN) que buscan satisfacer necesidades de producción a bajo costo a otras cooperativas, (lógica que se acerca a la reproductiva según lo planteado por Collin, 2014 y cualitativa de acuerdo con Echeverría, 2011a).

En tres cooperativas de producción (excepto la CP4), otro tipo de innovación ha consistido en el “desarrollo de nuevos productos” (véase la Imagen 5) desarrollados por los socios con mayores conocimientos prácticos y en un caso por socios con estudios universitarios (CP3). Las dos cooperativas de servicios y también la de producción (3) se han enfocado en la “actualización de servicios”. Dos cooperativas (CA1, CP3) le han dado “seguimiento a innovaciones comerciales” demandadas por los consumidores. Únicamente la CA2 no ha realizado innovaciones de ningún tipo.

Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización son relevantes para la viabilidad económica y también están relacionadas con una apropiada gestión cooperativa. Las entrevistas mostraron que -a diferencia de lo identificado por el INAES (2013)- las ocho organizaciones han tenido la capacidad para hacer atractivos sus productos y servicios.

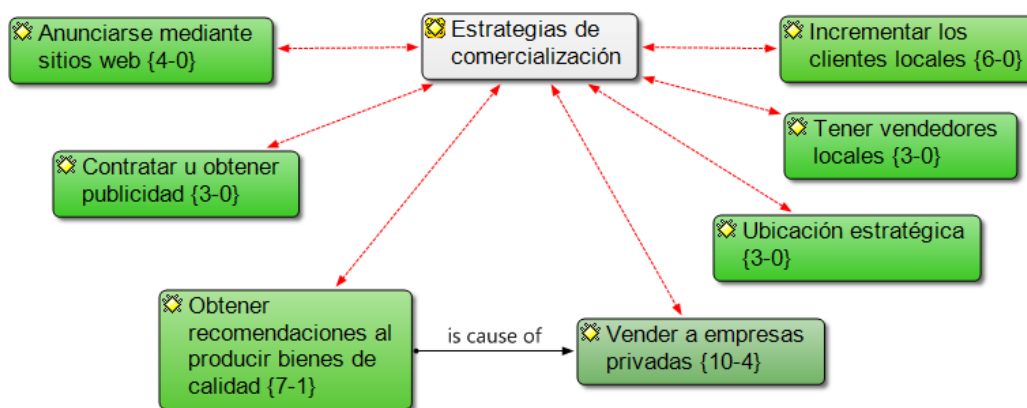


Imagen 6: Estrategias de comercialización. Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

Las estrategias se clasifican en tres tipos:

1) De carácter local o regional. Estrategia implementada por tres cooperativas (CP1, CP2 y CS2) que han logrado “incrementar clientes locales” al mejorar la calidad o cualidades de los productos que ofrecen para distinguirse dentro del mismo giro (véase la Imagen 6). Otra vía para incrementar las ventas en tres cooperativas (CP1, CP2 y CS1) ha sido contar con “vendedores locales” en puntos de venta fijos o móviles, a quienes les pagan un salario semanal, sin prestaciones laborales. Tres cooperativas (CP2, CS1, CS2) están en una “ubicación estratégica”, dos por haber realizado estudios de mercado para tener una mayor afluencia de compradores y la menor competencia posible, sólo la CS1 no planeó la ubicación. Una estrategia desarrollada en cuatro cooperativas (CA1, CP1, CS1, y CS2) es “anunciarse mediante sitios web” para atraer clientes a su establecimiento; de las ocho, sólo la CP1 desarrolló una tienda online, y la CS1 es la única que se vale de la App Airbnb para incrementar su hospedaje, ambas ideas sugeridas por socios con estudios universitarios. En este aspecto también se ubica “contratar u obtener publicidad”; dos cooperativas (CP3 y CS1) obtienen publicidad gratuita de medios de comunicación o dependencias por lo atractivo de su actividad, la CS2 es la única que contrata publicidad impresa frecuentemente.

2) Venta de productos o servicios a empresas privadas. El paso previo para tener este tipo de clientes dependió de producir bienes de calidad con la finalidad de “obtener recomendaciones”(véase la Imagen 6). Seis productos de cooperativas (CA1, CA2, CP3, CP4, CS1 y CS2) sin habérselo propuesto fueron solicitados por empresas privadas (véase la Imagen 6) incluso transnacionales. En tres cooperativas (CP3, CP4 y CS2) la totalidad de sus ingresos depende de esta demanda, y al igual que las otras tres, no se han propuesto prescindir de ellos, tampoco les resulta una contradicción con el cooperativismo al considerarlos como ingresos legítimos, producto de la calidad y cualidades de sus bienes o servicios.

3) Combinación de comercio local y venta a empresas privadas. Se presenta en tres casos (CA1, CA2 y CS2) con la finalidad de prever que en algún momento las empresas privadas dejen de demandar los productos; intuitivamente reconocen lo perjudicial de la dependencia y la importancia de estar arraigadas en el mercado local de sus colonias.

	CP2	CP3	CS2
Compras a cooperativas	\$4,000.00	\$10,000.00	\$40,000.00
	\$5,000.00	\$10,000.00	\$12,000.00
	\$3,000.00	\$10,000.00	\$25,000.00
	\$10,000.00	\$10,000.00	\$26,000.00
Total	\$22,000.00	\$40,000.00	\$103,000.00
Ingresos por ventas a cooperativas	\$1,200.00	\$20,000.00	\$12,000.00

Tabla 3: Montos de compra a otras cooperativas durante 2017 (pesos mexicanos). Fuente: Elaboración propia, con datos del formato basado en el balance social cooperativo.

Los datos recabados mediante el formato basado en el balance social cooperativo arrojan que sólo tres cooperativas (CP2, CP3 y CS2) llevan a cabo el principio de cooperación entre cooperativas de manera consciente y voluntaria, elemento de la apropiada gestión cooperativa (véase la Tabla 3). Si bien el establecimiento de una relación comercial no es el ideal de la implementación del principio cooperativista, se enfatiza que la educación cooperativa recibida por parte de instituciones les ha brindado sólo ese horizonte. Estas cooperativas dijeron comprar a otras cooperativas porque tienen conciencia de la necesidad de fortalecer el cooperativismo y por la existencia local de otras cooperativas. De las ocho cooperativas dos (CS2, CP2) se compran y venden mutuamente; la CS2 es la que más consume y vende a otras cooperativas en comparación a las demás (véase la Tabla 3).

Estrategias de financiamiento

Las estrategias de financiamiento son relevantes en un contexto de escasez de recursos destinados hacia las cooperativas (INAES, 2013) y el predominio de un prejuicio de improductividad que limita su acceso a capital privado.

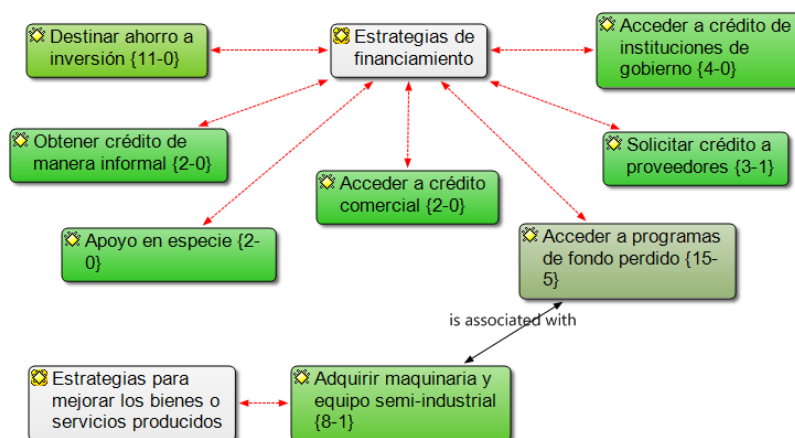


Imagen 7: Estrategias de financiamiento. Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

Conforme a la fundamentación de las subcategorías, la principal vía de financiamiento en los ocho casos ha sido “destinar ahorro a inversión” (véase la Imagen 7) debido a la fortaleza de sus ventas, lo que económicamente permite el ejercicio del principio de autonomía e independencia frente a presiones de instituciones externas. La CP4 únicamente utiliza ahorro, porque mencionó no ser sujeto de crédito, y jamás haber obtenido recursos públicos. Como segunda vía, siete cooperativas han logrado “acceder a programas de fondo perdido” de dos instituciones que destinan recursos a

cooperativas. El financiamiento público acompañado de capacitación ha sido utilizado para “adquirir maquinaria y equipo semi industrial” (véase la Imagen 7) que mejoró los bienes y servicios producidos. Cinco organizaciones cooperativas (CA1, CP1, CP2, CP3 y CS2) con ahorros propios pudieron complementar el financiamiento institucional para comprar maquinaria con un precio mayor al monto de los apoyos; esto les permitió cubrir sus metas de producción de manera más rápida. Desde el enfoque de Laville (2004) se ha cumplido que el financiamiento a las cooperativas no vulnere su autonomía.

Tres cooperativas (CA1, CP1 y CP2) lograron “acceder a crédito vía instituciones de gobierno” para maquinaria y equipo. Dos cooperativas (CA1 y CS2) solicitan “crédito a proveedores” para insumos; la CA1 es la única que accede de manera constante a “crédito comercial” (véase la Imagen 7). En los tres casos, el crédito ha sido gestionado por socios con conocimientos universitarios, las dos cooperativas (CP2 y CP4) que han obtenido “crédito de manera informal” lo han solicitado los socios con educación preparatoria.

Estrategias fiscales

La carga fiscal ha sido identificada como la causante de la desaparición de cooperativas (INAES, 2013); incluso por su forma de operación la conformación de los fondos sociales (educación, reserva y previsión social) puede ser equiparada a una segunda tributación cumplida de manera interna en las organizaciones. No obstante, en el caso de las cooperativas que aquí se presentan (a excepción de la CA2 que se ha visto en la necesidad de “declarar en cero”) siete de los casos analizados lograron cumplir con sus obligaciones fiscales sin que eso las colocara en peligro de desaparecer, aunque lo hacen sin una estrategia interna, porque “delegan a un contador la responsabilidad” lo que correspondería al Consejo de Vigilancia (véase la Imagen 8). Sólo en tres casos (CA1, CS1 y CS2) los socios han propuesto medidas para disminuir la carga fiscal mediante interpretaciones legales, la CA1 al “aprovechar exenciones agrícolas” y la CS1 para “tratar de disminuir el pago de IVA”.

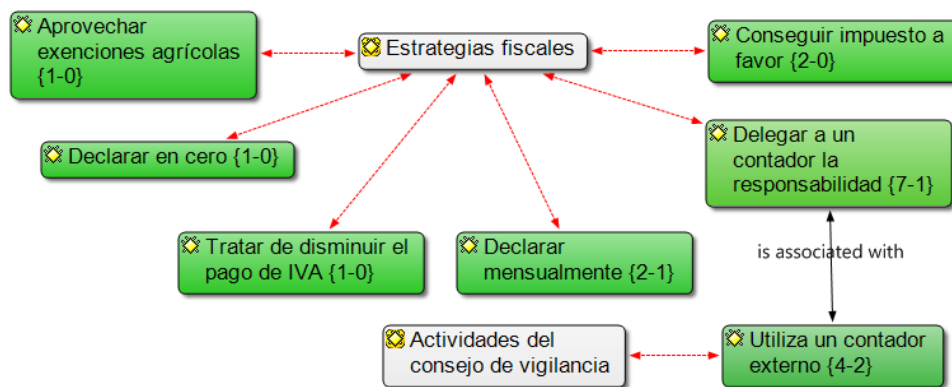


Imagen 8: Estrategias fiscales. Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

La CS2 es la única que implementa una estrategia que responde al reto de conformar los fondos sociales después de distribuir rendimientos mensuales a los socios, y una vez realizado el pago de impuestos; porque al cumplir sus obligaciones fiscales encausa importantes recursos a los tres fondos sociales. Transfiere de manera comprobable gastos básicos a la cooperativa (ropa, educación, alimentos y transporte), a través de partidas especiales, que los dejan reportando pérdidas o poca ganancia para “conseguir impuesto a favor”. Con lo recabado en el fondo de educación los socios han podido asistir a un congreso de cooperativismo en Costa Rica, y conocer el modelo organizativo en ese país. Respecto al fondo de previsión social, han rechazado la idea de que pagar INFONAVIT

(crédito de vivienda), Seguro Social (prestaciones médicas) o AFORE (fondo de retiro) sea algo perjudicial, por ser 100% deducibles de impuestos, y brindarles la posibilidad de contar con jubilación, seguro médico, o comprar una vivienda en la actualidad.

Desarrollo humano en las cooperativas

De acuerdo con los objetivos de la ESS los involucrados deben de promover el desarrollo del ser humano (OESSP, 2015); para esa tarea se analiza el papel del trabajo (Valverde, 2014) desde la lógica cualitativa y el barroquismo de Echeverría (2011a).

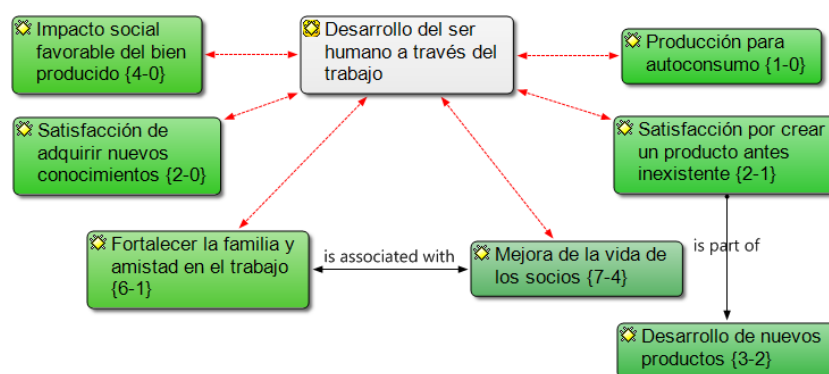


Imagen 9: Sobre el desarrollo del ser humano. Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas.

En siete casos los entrevistados (excepto la CA2) mencionaron que por medio del trabajo en la cooperativa habían logrado la “mejora de la vida de los socios”, tanto en instalaciones laborales, los medios de transporte como en sus hogares; la CA2 destacó que esto es a partir de la “producción para el autoconsumo”. Cuatro organizaciones (CA1, CA2, CP2 y CP3) mencionaron que la forma de trabajo les ayudó a “fortalecer la familia y amistad” al volverse un espacio más de convivencia y disfrute (véase la Imagen 9).

En cuatro cooperativas (CP2, CP3, CP4 y CS1) se identifica la importancia de la creación de valores de uso por haber una intencionalidad de lograr un “impacto social favorable con el bien producido” (véase en la Imagen 9); como se mencionó, el trabajo no sólo transforma la naturaleza, sino que objetiva ideales en un producto (Marx, 2010). En la CP3 la búsqueda del impacto social radica tanto en mantener las propiedades nutrimentales de sus productos y la manera de conservar esos nutrientes, puesto que utilizan el deshidratado solar porque les preocupa el cambio climático. La CP4 evita el uso del plástico en las bebidas que envasa, además de procurar el uso de conservadores naturales para cuidar la salud de los consumidores; la CP2 está en contra del uso de productos químicos en alimentos, por lo que ha mandado diseñar maquinaria para producir los rellenos orgánicos de panadería. La CS1 procura que el coaching impartido en empresas impacte en la disminución de la jornada laboral de los beneficiarios, pago de vacaciones, o aumentos salariales. Todos estos comportamientos muestran una orientación barroca de la producción inserta en el mercado capitalista pero que mantiene la forma natural de manera predominante lo que lleva a las cooperativas a presentar rasgos de la lógica cualitativa que privilegian la vida y con ello externalizan resistencias respecto al capitalismo (véase la Imagen 2).

Conclusiones

La aproximación de Echeverría a la forma natural del valor explica una lógica cualitativa apegada a la reproducción de la vida que está presente en la búsqueda de la producción de valores de uso más

que de valores de cambio: esta lógica es contestataria a la lógica cuantitativa del capitalismo identificada claramente en la ESS. Las entrevistas a los socios cooperativistas muestran una aproximación a la lógica cualitativa y al ethos barroco a pesar de que son cooperativas que se enfrentan a la competencia del mercado. El predominio del valor de uso sobre el valor de cambio se muestra a lo largo de las entrevistas cuando se identifican esfuerzos por tener un producto de calidad que generalmente está vinculado a formas de producción que pretenden ser democráticas.

Los ocho casos tienen viabilidad económica no por contar con volúmenes de ingresos por ventas estratosféricos, sino por obtener un ingreso económico mensual constante que ha superado los problemas para generarlo, aportando con ello a los cooperativistas un grado de certeza de su actividad productiva. En lo fiscal algunas cooperativas cuentan con fondos sociales que les permiten tener una estabilidad laboral (prestaciones, educación y seguridad) opuesta a la incertidumbre neoliberal. Lo colectivo no niega el desarrollo del ser humano como individuo en su integridad, al mejorar sus condiciones materiales (hogar, alimentación e instalaciones de trabajo) y emocionales al fortalecer la familia y amistad por convertir la cooperativa en un espacio de convivencia y disfrute. Destacan por su autonomía las cooperativas que practican un comercio local y regional aplicando el principio de cooperación entre cooperativas y compromiso con la comunidad, aunque algunas de ellas también facturan a empresas privadas (ethos barroco), incluso hay quienes dependen exclusivamente de estos ingresos. Las tres posibilidades son consecuencia de haber hecho atractivos sus productos, estrategias de comercialización vinculadas a la capacitación para la profesionalización de la actividad (mejora de la producción) y a seguir las tendencias del mercado.

Las ocho cooperativas se preocupan por la calidad y cualidades de los bienes y servicios creados y las ventas se han traducido en autonomía y viabilidad económica, al permitir como principal vía de financiamiento el ahorro a inversión para adquirir mejor maquinaria y equipo; vinculado en un caso a innovar por la preocupación del cambio climático con un invento solar que beneficia a agricultores a quienes se compran materias primas. El financiamiento no ha provenido de otros integrantes de la ESS, no obstante, los recursos públicos han servido de manera importante para alcanzar las metas de las cooperativas de manera más rápida. Las capacitaciones por otro lado contribuyeron a una mejor gestión cooperativa, e incluyeron la educación cooperativa, la cual enfatizó los principios cooperativos. No obstante, es necesario destacar que no hubo educación sobre ESS, por lo que no aparece en el discurso de los entrevistados.

La evidencia muestra que importan las perspectivas de los sujetos para determinar el horizonte de sus prácticas, un desconocimiento de alternativas lleva a las concepciones ethoicas clásica y romántica que perpetúan la modernidad capitalista. A pesar de esta limitante existe un cooperativismo urbano exitoso en el marco de sus restricciones, el cual resuelve las necesidades socioeconómicas de los cooperativistas involucrados, sin sacrificar del todo lo que las vuelve distintas de las empresas capitalistas, al estar con un pie en el mundo de la mercancía (valor de cambio) y otro en la forma natural (valor de uso) que reproduce la vida. Sin embargo, el proyecto cooperativo urbano está necesitado de un mayor impulso para posicionarse y expandirse como una verdadera opción que haga contrapeso a la devastación del capitalismo.

Referencias

Arizmendi, L. (2016). *El Capital ante la crisis epocal del capitalismo*. Ciudad de México, México: Instituto Politécnico Nacional.

Arruda, M. (2004). ¿Qué es la Economía Solidaria? El renacimiento de una sociedad humana matrística. *Ecología política*, (27), 71-75. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1068707>

Azkarraga Etxagibel, J. y Altuna, L. (2012). Cooperativismo, economía solidaria y paradigma ecológico. Una aproximación conceptual, *Ecología política*, (44), 33-42. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4411810>

Blázquez, M. Á. y Peretti, M. F. (2007). Matriz de documentación y datos: Una herramienta para el análisis de los sistemas de información en las empresas. *Revista Técnica Administrativa*, 6(1). Recuperado de <http://www.cyta.com.ar/ta0601/v6n1a2.htm>

Camilletti, A., Guidini, J., Herrera, A., Rodríguez, M., Martí, J., Soría, C., Torrelli, M. y Silveira, M. (2005). Cooperativas de trabajo en el Cono Sur. Matrices de surgimiento y modelos de gestión. *Revista Unircoop*, 3(1), 32-56. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/43725>

Cerón Monroy, H. y Miranda Nuñez, E. (2015). Clasificación de destinos turísticos en México a través de un análisis discriminante. *Panorama Económico*, 10(20), 81-98. Recuperado de http://yuss.me/revistas/panorama/pano2015v10n20a03p081_098.pdf

Collin Harguindeguy, L. (2014). *Economía solidaria: local y diversa*. Tlaxcala, México: El Colegio de Tlaxcala.

Díaz de la Serna, I., Valdés Ugalde, J. L. y Sigüenza Reyes, J. (2009). Una mirada crítica sobre la Modernidad. Entrevista con Bolívar Echeverría. *Norteamérica*, 4(1), 207-222. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35502009000100007

Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M. y Varela Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

Echeverría Andrade, B. (1994). *Modernidad, mestizaje cultural, ethos barroco, "El ethos barroco" en Bolívar Echeverría* (Comp). Distrito Federal, México: UNAM/El equilibrista.

Echeverría Andrade, B. (2008). El ethos barroco y los indios. *Revista de filosofía "Sophia"*, (2). Recuperado de https://flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1260220574.elethos_barroco_y_los_indios_0.pdf

Echeverría Andrade, B. (2011a). *Discurso crítico y modernidad. Ensayos escogidos. El ethos barroco*. Bogotá, Colombia: Ediciones desde abajo.

Echeverría, Andrade, B. (2011b). *Discurso crítico y modernidad. Ensayos escogidos. El "valor de uso": ontología y semiótica*. Bogotá, Colombia: Ediciones desde abajo.

Errasti, A., Bretos, I. y Nunez, A. (2017). The Viability of Cooperatives: The Fall of the Mondragon Cooperative Fagor. *Review of Radical Political Economics*, (49), 181-197. Doi <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0486613416666533>

Fernández Nuñez, L. (2006). ¿Cómo analizar datos cualitativos? *Butlletí LaRecerca*, (7), 1-13.

Recuperado de <http://www.ub.edu/ice/recerca/fitxes/fitxa7-cast.htm>

García Cornejo, H. (2014). Experiencia ethoica e imaginarios sociales modernos. Contribución a una agenda pendiente. *Revista Valenciana, estudios de filosofía y letras*, (13), 113-143. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5077709>

González, N. (2007). Bauman, identidad y comunidad. *Espiral*, 14(40), 179-198. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-05652007000100007

González, L. y San Bartolomé, J. C. (2009). *Balance Social Cooperativo: Una construcción en construcción. Ética, compromiso y transparencia en la gestión cooperativa*. Buenos Aires, Argentina: Confederación Cooperativa de la República Argentina (COOPERAR).

Gordon, P. (1993). Robert Owen (1771-1858). *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada*, 24 (1-2), 279-297. Recuperado de: <http://www.ibe.unesco.org/sites/default/files/owene.PDF>

Guerra, P. (2012). Las legislaciones sobre economía social y solidaria en América Latina. Entre la autogestión y la visión sectorial. *Revista de la Facultad de Derecho*, (33), 73-94. Recuperado de http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-3802_es.html

Heyning, K. (1982). Principales enfoques sobre la economía campesina. *Revista de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe*, 1(16), 115-142. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/22026>

INACOOOP (20 de noviembre de 2017). Preguntas cooperativas. Instituto Nacional del Cooperativismo: Fondo para el Desarrollo. Recuperado de: http://m.inacoop.org.uy/formacion/preguntas-cooperativas/faqcbm_140176/10/

INAES (2013). *Diagnóstico Nacional de la Economía Social. México*. Instituto Nacional de la Economía Social. Recuperado de http://www.inaes.gob.mx/doctos/pdf/transparencia/DiagnosticoPFES/FORO_6_DIAGNOSTICO_INAES.pdf

Izquierdo Muciño, M. E. (2009). Problemas de las empresas cooperativas en México que atentan contra su naturaleza especial. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, (43), 93-123. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3074487>

Laville, J. L. (2004). *Economía social y solidaria. Una visión europea*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Altamira.

LGSC (1994). Ley General de Sociedades Cooperativas. Diario Oficial de la Federación. Congreso de la Unión. México. Última reforma publicada 13-08-2009.

Luvián Reyes, G. (2015). Orígenes y consecuencias del inapropiado funcionamiento de las sociedades cooperativas de producción (Tesina de Licenciatura). Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco. Distrito Federal, México.

Madrid Flores, F. y Cerón Monroy, H. (2012). Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos (CCRR). México. Secretaría de Turismo.

Marañón Pimentel, B. (2012). La colonialidad del poder y la economía solidaria. Apuntes para la reflexión teórico-metodológica del Grupo de Trabajo Economía Social y Solidaria. Marañón (coord.). Solidaridad económica y potencialidades de transformación en América Latina. Una perspectiva descolonial. Buenos Aires, Argentina: CLACSO.

Marañón Pimentel, B. y López Córdova, D. (2014) Racionalidad alternativa de las experiencias de solidaridad económica en México: Apuntes para el diseño de políticas públicas. Secretaria de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, y Procuraduría Agraria, 99-122. Recuperado de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_57/analisis/racionalidad%20Boris%20mara%C3%B1on.pdf

Martínez Miguélez, M. (2001). Uso del Programa Computacional Atlas.ti de Thomas Mühr (Univ. de Berlín) en la estructuración teórica de “datos” cualitativos. *Revista Argos*, (34), 139-156. Recuperado de <http://prof.usb.ve/miguelm/estructuracinteorica%203.html>

Marx, K. (2001) *El capital. El proceso de producción del capital, Tomo I, Vol. I*. Distrito Federal, México: Siglo XXI.

Marx, K. (2010). *El Capital: crítica de la economía política*. Distrito Federal, México: Fondo de Cultura Económica.

Meitta, G., Cavina, R. y Franco, A. (1966). *Razoes de Exito Economico em Cooperativas de Venda na Regiao Rezende*. Bogotá, Colombia: IICA-CIRA.

Muñoz Justicia, J. y Sahagún Padilla, M. (2017). Hacer análisis cualitativo con ATLAS.ti 7. Manual de uso. Recuperado de <http://manualatlas.psicologiasocial.eu/>

OESSP (17 de noviembre de 2015). Carta de Principios de la Economía Solidaria. Universidad Nacional Mayor de San Marcos: Observatorio de Economía Social Solidaria y Popular. Recuperado de <http://economiasolidarias.unmsm.edu.pe/?q=noticia/carta-de-principios-de-la-econom-solidaria>

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2001). Promoción de las cooperativas. Conferencia Internacional del Trabajo 90a reunión. Informe IV. Recuperado de <https://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc90/pdf/rep-iv-1.pdf>

PowerData (20 de septiembre 2016). El valor de la gestión de datos. La matriz de análisis de datos, un aliado para la empresa data driven. PowerData. Recuperado de: <https://blog.powerdata.es/el-valor-de-la-gestion-de-datos/matriz-de-analisis-de-datos>

Ramírez Vayone, E. Y. (coord.) (2013). *El cooperativismo y la economía social y solidaria; alternativas para el bienestar de la sociedad. Manual socioeducativo*. Distrito Federal, México: Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo.

Razeto Migliaro, L. (1993). *De la economía popular a la economía de solidaridad, en un proyecto de desarrollo alternativo*. México: Instituto Mexicano de Doctrina Cristiana.

Rojas Ramírez, J. J. (2016). Reflexiones generales en torno al significado y alcances del reconocimiento constitucional de la existencia del sector social de la economía mexicana en el contexto del sector cooperativo. *Relaciones*, (146), 251-281. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292016000200251

Rosas Baños, M. (2012). Economía Ecológica y Solidaria: rumbo a una propuesta teórica integrada que visualice las rutas hacia la transición. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, (18), 89-103. Recuperado de: http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-782_es.html

Rosas Baños, M. y Barkin, D. (2009). Racionalidades alternas en la teoría económica. *Economía, Teoría y Práctica*, (31), 73-96. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-33802009000200004

Rosas Baños, M. y Lara Rodríguez, R. (2013). Empresas forestales comunitarias y cooperativismo autogestionario: una aproximación teórico-práctica. *Iberoamérica*, 15(1), 237-270. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/264610437_Empresas_forestales_comunitarias_y_cooperativismo_autogestionario_una_aproximacion_teorico-practica

Salgado Arteaga, F. (2015). Hombre parentético y ethos barroco. Trabajo presentado en el XX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Lima, Perú. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9825F83F3B3D133C0525809F0054FC59/\\$FILE/salgarte.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9825F83F3B3D133C0525809F0054FC59/$FILE/salgarte.pdf)

Sánchez Maríñez, J. (2001). *Micro, pequeña y mediana empresa: estudios de casos de éxito. Cooperativa de Servicios Múltiples de Procesamiento de la Harina, INC (COOPHARINA)*. República Dominicana: Instituto Tecnológico de Santo Domingo.

Schejtman, A. (1980). Economía campesina: lógica interna, articulación y persistencia. *Revista de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe* (11), 121-140. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/11934>

Shanin, T. (1979). Definiendo al campesinado: Conceptualizaciones y desconceptualizaciones. Pasado y presente en un debate marxista. *Revista Agricultura y Sociedad*, (11), 9-52. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=82399>

Sigüenza, J. (2011). Modernidad, ethos barroco, revolución y autonomía. Una entrevista con el filósofo Bolívar Echeverría. *Crítica y Emancipación*, (5), 79-89. Recuperado de <http://www.bolivare.unam.mx/entrevistas/Modernidad,%20barroco,%20revolucion%20y%20autonomia.pdf>

Singer, P. (2016). La economía solidaria como antítesis del capitalismo. Larruskain (coord.). *Ekimuin construyendo modelos de universidad transformadora. Pedagogía de la Economía Solidaria: Reflexiones desde Brasil*, (5-15). Recuperado de https://www.emaus.com/pdf/pedagogia_ess_cast.pdf

Vadillo López, K. S. (2014). Propuesta de un modelo de negocios para la empresa cooperativa en el Distrito Federal (Tesis de Maestría). Instituto Politécnico Nacional – Centro de Investigaciones

Económicas Administrativas y Sociales, Distrito Federal, México.

Valverde Brenes, F. J. (2014). Persona o individuo en el (neo)liberalismo: algunos fundamentos ideológicos. *Pensamiento actual*, 24(22), 29-41. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5821494>

Varguillas, C. (2006). El uso de atlas.ti y la creatividad del investigador en el análisis cualitativo de contenido upel. *Revista de Educación*, Año 12, Número Extraordinario, 73-87. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/761/76109905.pdf>

Enviado: 05/04/2019

Aceptado: 15/10/2019

Cómo citar este artículo:

Luvían Reyes, G., Rosas Baños, M. y Ramírez Vanoye, E. Y. (2019). Pequeñas cooperativas de producción exitosas de la Ciudad de México: perspectivas y estrategias de los socios en la modernidad capitalista. *Otra Economía*, 12(22), 42-65.