



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

*“Mujer, identidad y organización:
Estudio de caso de una pequeña cooperativa”*

Tesis:

Que para obtener el grado de
Doctora en Estudios Organizacionales presenta:

María Teresa del Socorro Montoya Flores

Director de Tesis: Dr. Rogelio Mendoza Molina

Enero de 2007

AGRADECIMIENTOS

Las primeras palabras tienen que ser, por principio, las de agradecimiento a todas aquellas personas que de una u otra forma han contribuido a que este proyecto llegara a buen puerto, ya que un trabajo de investigación de esta naturaleza solo puede ser realizado con el apoyo de familiares, profesores, amigos, compañeros y colegas, los cuales permanecieron a mi lado apoyándome incondicionalmente durante toda la travesía que realicé durante la elaboración de este trabajo.

Principalmente quiero agradecer, con todo mi amor, a Toño, mi esposo, colega, amigo y compañero de todas mis aventuras durante casi toda mi vida, ya que con su gran sensibilidad, apoyo y comprensión hizo que el recorrido por este largo y sinuoso camino (Mc Cartney dixit) llegara a buen fin. A Adriana y José Antonio, mis queridos hijos, les doy las gracias por tolerar el despojo de parte de nuestra convivencia, para dedicárselo a mi formación. Sin el amor, el cariño, el apoyo y la estabilidad emocional que me han transmitido durante estos años nunca lo hubiera logrado, por lo que esta tesis también es suya.

Mi más sincero reconocimiento para mi director de tesis Dr. Rogelio Mendoza Molina, ya que con su valiosa conducción, logré concluir más que satisfactoriamente mi tesis. Sus reflexiones y recomendaciones me proporcionaron una gama de nuevos conocimientos que me serán muy útiles en mi vida académica.

Asimismo, agradezco el apoyo académico de todos mis profesores del doctorado, principalmente al Dr. Luis Montaña Hirose por sus valiosos consejos para el desarrollo de este trabajo. Al Dr. Adolfo Mir Araujo mi más respetuoso reconocimiento por la orientación y comentarios que me proporcionó durante todo el proceso de formación en el doctorado y como lector de mi tesis, logrando a través de éstos enriquecer el trabajo de investigación. También, mi afectuosa gratitud al Dr. Oscar Cabello por los atinados comentarios que me hizo como lector de mi tesis doctoral.

La investigación empírica fue posible gracias a la confianza que depositaron en mí las socias de la “Cooperativa Mujeres para Hoy”, al permitirme estudiar su organización. Especialmente, toda mi gratitud, mi reconocimiento y admiración para Teresa Hernández y Esther Macarena, por su gran labor llevada a cabo en la cooperativa y por todo el apoyo brindado para la realización de este proyecto, desde la aportación documental, sus narrativas, el contacto con las demás cooperativistas y excooperativistas fundadoras y su participación en las historias de vida a través de las cuales se logró la construcción de la identidad organizacional de la cooperativa. Asimismo, quiero expresar mi admiración por los roles que juegan en la organización, ya que son muestra tangible de las características de identidad que conforman el sistema de valores de las mujeres trabajadoras que crean sus propias organizaciones.

Finalmente quiero dejar constancia de mi reconocimiento por el apoyo logístico que recibí de parte del personal del Doctorado en Estudios Organizacionales, especialmente a Alejandra González y Rosalba Capula, que siempre se preocuparon por facilitar el trabajo administrativo en torno a mi estancia en el Posgrado.

A todos ellos les doy las más sinceras gracias y reconocimiento.

"Mujer, identidad y organización"



Mujer, identidad y organización: Estudio de caso de una pequeña cooperativa

ÍNDICE GENERAL

	Págs.
Índice de cuadros, esquemas, organigramas, gráficas y anexos.....	6
Abreviaturas, siglas y acrónimos	10
Introducción.....	11
Problema de investigación.....	13
Objetivo general.....	14
Objetivos particulares.....	14
Preguntas de investigación.....	14
1. Enfoques y conceptos básicos para el desarrollo de la Investigación.....	15
Mapa conceptual del capítulo I.....	16
1.1 Identidad Organizacional: ¿Hacia la construcción de un concepto?.....	17
1.1.1 Concepto de Identidad.....	19
1.1.2 Identidad organizacional.....	21
1.1.2.1 Identidad organizacional dual.....	27
1.1.2.2 Recorrido histórico sobre la investigación de la identidad organizacional.....	31
1.2 Identidad y valores organizacionales.....	36
1.2.1 Importancia de los valores en la organización.....	38
1.2.2 Valores organizacionales compartidos.....	40
1.3 Identidad y Cooperación en los Estudios Organizacionales.....	42
1.3.1 Concepto de cooperación.....	42
1.3.2 Diferentes corrientes del pensamiento cooperativo.....	45
1.3.2.1 Socialismo utópico.....	46
1.3.2.2 Participación del Estado.....	48
1.3.2.3 Corriente cooperativista.....	50

1.3.3	Cooperación y los estudios organizacionales.....	53
1.3.4	Cooperación y organizaciones cooperativas.....	56
1.4	Identidad y símbolos organizacionales.....	60
1.5	Identidad organizacional y mujer.....	61
1.5.1	Mujer y trabajo.....	63
1.5.2	Participación económica de la mujer.....	66
1.5.3	Mujer y organizaciones cooperativas.....	70
1.6	Formas de organización.....	74
1.6.1	Organizaciones premodernas.....	74
1.6.2	Organizaciones burocráticas.....	77
1.6.3	Organizaciones flexibles.....	79
1.6.4	Organizaciones pequeñas.....	83
1.6.4.1	Estratificación de las organizaciones.....	84
1.6.5	Organizaciones cooperativas.....	89
1.6.5.1	Antecedentes.....	89
1.6.5.2	Definición de organización cooperativa.....	91
1.6.5.3	Estructura de las organizaciones cooperativas.....	95
1.6.5.3.1	Estructura organizacional: estructura formal y estructura informal.....	97
1.6.5.4	Campos organizacionales de cooperativas.....	100
1.6.5.5	Principios y valores de las organizaciones cooperativas.....	102
1.6.5.6	Organizaciones cooperativas como alternativa social.....	103
1.6.5.7	Organizaciones cooperativas y género.....	106
2.	Metodología.....	108
	Mapa conceptual capítulo II.....	109
2.1	El método cualitativo para el estudio de las organizaciones.....	110
2.1.1	Naturaleza y pertinencia del método cualitativo.....	110
2.1.2	Desarrollo metodológico de la investigación cualitativa.....	112
2.1.3	Métodos que se utilizan en la investigación cualitativa.....	114
2.1.4	Investigación cualitativa y el método biográfico-narrativo.....	116
2.1.5	El estudio de caso.....	117
2.1.6	Técnicas de investigación cualitativa.....	120
2.2	Diseño de la investigación.....	121

2.2.1	Estrategia de la investigación.....	123
2.2.2	Preguntas y gui3n correspondiente.....	124
2.3	An3lisis de datos aplicado a la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S.R.L.....	124
2.3.1	Herramientas metodol3gicas utilizadas en la investigaci3n.....	124
2.3.2	An3lisis cronol3gico.....	126
2.3.3	Criterios de identidad.....	127
3.	La construcci3n de la identidad organizacional: Un estudio de caso.....	130
	Mapa conceptual del cap3tulo III.....	131
3.1	Antecedentes de las organizaciones cooperativas.....	132
3.1.1	Organizaciones cooperativas en Europa, Estados Unidos y Canad3...	132
3.1.2	Organizaciones cooperativas en Am3rica Latina.....	134
3.1.3	Historia de las organizaciones cooperativas en M3xico.....	136
3.1.3.1	Legislaci3n cooperativa.....	145
3.1.4	Cooperativas urbanas: el Distrito Federal.....	148
3.1.4.1	Distribuci3n geogr3fica de las cooperativas de producci3n en el Distrito Federal.....	151
3.1.5	De la cooperativa a la empresa mercantil con "remanentes distribuibles".....	153
3.2	Estudio de caso: Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S.R.L.....	154
3.2.1	Antecedentes.....	155
3.2.2	Estructura actual de la cooperativa.....	162
3.2.3	An3lisis de datos y resultados.....	165
3.2.3.1	An3lisis cronol3gico.....	165
3.2.4	Resultados del an3lisis de las historias de vida de las cooperativistas y de la revisi3n documental.....	167
3.2.4.1	Construcci3n de la identidad organizacional.....	167
3.2.4.1.1	Etapa I. Construyendo una identidad grupal comunitaria.....	168
3.2.4.1.2	Etapa II. Hacia la construcci3n de la identidad organizacional, los Inicios.....	175
3.2.4.1.3	Etapa III. Reforzando la identidad organizacional.....	187
3.2.4.1.3.1	El pa3nal como s3mbolo de identidad organizacional.....	192
3.2.4.1.3.2	Trabajo y libertad como s3mbolo de la organizaci3n.....	192
3.2.4.1.4	Etapa IV. Hacia una nueva identidad.....	196

3.2.4.1.5	Etapa V. Identidad organizacional actual.....	207
3.2.4.2	Dimensiones de la identidad organizacional.....	219
3.2.4.2.1	Lealtad organizacional.....	219
3.2.4.2.2	Obediencia organizacional.....	220
3.2.4.2.3	Colaboración.....	220
3.2.4.2.4	Normas sociales compartidas.....	221
3.2.4.2.5	Vocación tutorial.....	222
3.2.4.2.6.	Símbolos organizacionales.....	224
3.2.4.2.7	Otras características de identidad organizacional.....	225
3.2.4.2.7.1	Liderazgo.....	226
3.2.4.2.7.2	Representación simbólica de la organización.....	230
3.2.4.2.8	Principios cooperativos.....	234
3.2.5	Construcción de la identidad organizacional y el capital social.....	237
3.3	Mujer, identidad y formas de organización.....	244
	Conclusiones.....	245
	Bibliografía.....	358
	Anexos.....	269

Índice de cuadros, esquemas, organigramas, gráficas y anexos		
		Página
Cuadros		
Capítulo 1		
Cuadro 1a	Trazando las rutas de la investigación de la identidad organizacional	31
Cuadro 1b	Contribuciones tempranas sobre identidad organizacional	32
Cuadro 1c	Desarrollos recientes y temas emergentes sobre identidad organizacional	33-34
Cuadro 2	Significado de los valores	36
Cuadro 3	Diferenciación entre valores finales e instrumentales	37
Cuadro 4	Cambios de gremio a empresa capitalista	44
Cuadro 5	Principales socialistas utópicos	46
Cuadro 6	Principales representantes de la corriente de la participación estatal	48
Cuadro 7	Principales representantes de la corriente cooperativista	49-50-51
Cuadro 8	Relación entre Principios y Valores	60
Cuadro 9	Evolución de la PEA de mujeres por Zona, de 1970 a 1990	66
Cuadro 10	Cooperativas de producción y de consumo según género en el Distrito Federal en 2002	72
Cuadro 11	Características del oficio y el destajo	76
Cuadro 12	Variables estructurales	80
Cuadro 13	Nuevas formas organizacionales	81
Cuadro 14	Características de formas Organizacionales	82
Cuadro 15	Diversas clasificaciones del tamaño de las empresas, en función del personal ocupado	86
Cuadro 16	Clasificación de las unidades económicas por el número de empleados	86
Cuadro 17	Unidades económicas y personal ocupado total por actividad económica, 2004	87
Cuadro 18	Características de las organizaciones por tamaño, según el personal ocupado, remuneraciones y activos fijos en 2004	88
Cuadro 19	Constitución de las sociedades cooperativas	92
Cuadro 20	Clasificación de las cooperativas, de acuerdo a su actividad.	93
Cuadro 21	Principios Cooperativos	102
Cuadro 22	Características de las Sociedades Cooperativas y de las Sociedades Mercantiles	106

Capítulo 2		
Cuadro 23	Desarrollo metodológico de la investigación cualitativa	113-114
Cuadro 24	Métodos que se utilizan en la investigación cualitativa	116
Cuadro 25	Características más importantes del estudio de caso	119
Cuadro 26	Principales técnicas de investigación cualitativas	120
Cuadro 27	Metodología de investigación	122
Capítulo 3		
Cuadro 28	Primeras cooperativas en la Industria textil	133
Cuadro 29	Organizaciones Cooperativas en Europa, Canadá y Estados Unidos	134
Cuadro 30	Número de cooperativas de producción y de consumo con registro vigente de 1918 a 2001	143
Cuadro 31	Porcentaje de crecimiento por período de las cooperativas de producción y de consumo con registro vigente de 1918 a 2001	143
Cuadro 32	Sociedades cooperativas de producción y de consumo, según estrato por número de socios, 1993	144
Cuadro 33	Organismos de control de las cooperativas en México	145
Cuadro 34	Leyes que han legislado a las Sociedades Cooperativas en México	146-147
Cuadro 35	Clasificación de las cooperativas en el Distrito Federal	148
Cuadro 36	Estratificación por tamaño, de acuerdo al número de socios, de las cooperativas del Distrito Federal	149
Cuadro 37	Número de socios y género en las cooperativas del Distrito Federal	150
Cuadro 38	Número de puestos de trabajo generados por las cooperativas del Distrito Federal en 2002	150
Cuadro 39	Distribución de las cooperativas del Distrito Federal por Delegación Política	151
Cuadro 40	Organismos de integración del Distrito Federal y número de cooperativas incorporadas	152
Cuadro 41	Situación actual de las cooperativistas	163
Cuadro 42	Historia de la cooperativa, clasificada en etapas	166
Cuadro 43	Características de identidad individual y grupal en la etapa previa a la formalización de la cooperativa	174
Cuadro 44	Características de identidad organizacional en la etapa II, periodo de formalización de la cooperativa	186
Cuadro 45	Características de identidad individual y grupal en la etapa II, formalización de la cooperativa	187
Cuadro 46	Características de identidad organizacional en la etapa III, periodo de auge de la organización como cooperativa de producción.	195

Cuadro 47	Características de identidad organizacional en la etapa IV, periodo en que la organización se plantea ser un centro de formación de cooperativistas.	206
Cuadro 48	Características de identidad organizacional en la etapa V, periodo en que la organización se conforma como centro de formación y capacitación de mujeres.	212
Cuadro 49	Características de Identidad Organizacional de las etapas I a V.	214
Cuadro 50	Principios cooperativos. Etapa II a V.	232
Cuadro 51	Relación entre principios y valores cooperativos	233
Cuadro 52	Características de la forma de organización de la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L.	244
ESQUEMAS		
Capítulo 1		
Esquema 1	Conformación de la identidad individual y de la identidad social.	19
Esquema 2	Identidad organizacional. Niveles de análisis.	25
Esquema 3	Organización Federativa de las organizaciones cooperativas.	101
Capítulo 2		
Esquema 4	Mapa conceptual del método cualitativo	112
Esquema 5	Mapa conceptual de la estrategia de investigación del estudio de caso	123
Esquema 6	Causa-eficiente	217
Esquema 7	Trayectoria de T ₁ , líder de la cooperativa	226
Esquema 8	Construcción de la identidad organizacional	234
Esquema 9	Construcción de la identidad organizacional y su interrelación con el capital social organizacional	238
ORGANIGRAMAS		
Capítulo 1		
Organigrama 1	Organigrama de una Sociedad Cooperativa	97
Capítulo 3		
Organigrama 2	Organigrama de la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L., conforme a la LGSC.	163
Organigrama 3	Organigrama de la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L.	164
FIGURAS		
Capítulo 1		
Figura 1	Trayectoria alternativa del cambio de identidad sobre el ciclo de vida organizacional.	29
IMÁGENES		

Capítulo 3		
Imagen 1	Modelando el pañal de tela, orgullo de la cooperativa	191
Imagen 2	Logotipo de la Cooperativa	193
GRÁFICAS		
Capítulo 1		
Gráfica 1	Evolución de la PEA de mujeres de 1940 a 2000.	65
Gráfica 2	Porcentaje de las organizaciones, por rama de actividad, 2004	87
Gráfica 3	Categoría jurídica de las unidades económicas en 2003. Sector manufacturas	94
Gráfica 4	Categoría jurídica de las unidades económicas en 2003. Sector comercio	94
Gráfica 5	Categoría jurídica de las unidades económicas en 2003. Sector servicios	95
MAPAS CONCEPTUALES		
Mapa 1	Mapa conceptual del capítulo I	15
Mapa 2	Mapa conceptual del capítulo II	106
Mapa 3	Mapa conceptual del capítulo III	128
ANEXOS		
Anexo 1	Relación de mujeres que han formado parte de la cooperativa.	270
Anexo 2	Fotografías en las que se muestran algunos productos propios de la cooperativa	271
Anexo 3	Fotografías en las que se observa el proceso de socialización y formación de las cooperativistas	
Anexo 4	Entrevistas	

Abreviaturas, siglas y acrónimos

Abreviatura	Concepto
A. C.	Asociación Civil
ACI	Asociación Cooperativa Internacional
ALCONA	Alianza Cooperativa Nacional
CCA-CA	Confederación de Cooperativas del Caribe y Centroamérica
CESOP	Centro de estudios Sociales y de Opinión Pública
COLAC	Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito
CONASUPO	Compañía Nacional de Subsistencias Populares
COPEVYP	Centro Operacional de Vivienda y Poblamiento
CSO	Capital Social Organizacional
FECINEMA	Federación de Cines y Medios Audiovisuales
FECOLAC	Fundación Educativa de la Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito
GEM	Grupo de Educación Popular con Mujeres, A. C.
ICA	International Cooperative Alliance
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
INDESOL	Instituto Nacional de Desarrollo Social
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
INFONAVIT	Instituto de Fondo Nacional de Vivienda para los Trabajadores
INMUJER	Instituto de la Mujer
ISR	Impuesto sobre la Renta
IVA	Impuesto al Valor Agregado
JOC	Juventud Obrera Cristiana
LGSC	Ley General de Sociedades Cooperativas
LISR	Ley del Impuesto sobre la Renta
MPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OIT	Organización Internacional del Trabajo
PEA	Población económicamente activa
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
S. de R. L	Sociedad de Responsabilidad Limitada
SCC	Centro Cooperativo Sueco
SCMH	Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. C. L
SEDESOL	Secretaría de Desarrollo Social
STPS	Secretaría del Trabajo y Previsión Social

Mujer, identidad y organización: Estudio de caso de una pequeña cooperativa

Introducción

Las sociedades modernas cuentan cada vez más con amplios sectores de marginados, conformados principalmente por mujeres, y las organizaciones cierran el acceso a estos sectores, lo que implica alejarlos de la integración social. Como respuesta, crean sus propias organizaciones, hechas a la medida, que emergen sin objetivos definidos, sin planeación estratégica, sin respuesta a un proyecto.

Las clases marginadas han resentido fuertemente las consecuencias de las crisis que se han presentado de forma continua desde los años setentas en nuestro país. Los altos índices de desempleo, la pérdida del poder adquisitivo han provocado que ya no puedan mantener a la familia en forma decorosa, provocando el deterioro familiar.

Ante esta problemática, las asociaciones civiles juegan un papel importante, ya que en sus proyectos incluyen la educación popular y como proyectos terminales se constituyen en pequeños grupos productivos formales, como talleres familiares y cooperativas pequeñas, principalmente de producción. Entre los miembros que conforman estos grupos productivos, se van creando un sentido de pertenencia, con un fuerte espíritu de solidaridad y compromiso, partiendo su integración de principio de cooperación. Estas condiciones, en el taller familiar o la cooperativa, por ejemplo, propician la construcción de la identidad organizacional.

Estudios recientes a partir de los ochenta, incorporan a la identidad como un problema de la organización. Una de las expresiones de identidad está representada por su capacidad de organización y las características de sus formas de organización.

Por ejemplo, la relación entre mujer y formas de organización, produce en las organizaciones de mujeres una identidad particular. En la modernidad las mujeres no solo están incorporadas a la planta productiva, sino que además, están creando sus propias organizaciones por múltiples razones sociales, políticas y económicas.

Entre las organizaciones más comunes de mujeres se pueden identificar a las cooperativas pequeñas que han tenido un mayor crecimiento en número; de estas experiencias cooperativas de mujeres se han realizado pocos estudios organizacionales. Sin embargo, como formas de organización particulares, es necesario tener un conocimiento más riguroso, tanto de sus modos de organización, como de las peculiaridades de su identidad organizacional. Todo ellos pueden contribuir en la construcción de un conocimiento que permita una mejora de este sector social.

Es en este contexto, que nuestra propuesta considera como marco teórico para su estudio los enfoques de identidad y cultura organizacionales. Con la finalidad de explicar cómo a partir de los valores y los símbolos propios de las mujeres en el ámbito organizacional, se construye la identidad organizacional.

Para lograr estos objetivos, en el primer capítulo se realiza un análisis de los enfoques y conceptos teóricos para el desarrollo de la investigación, basándonos en dos aspectos: a) la identidad organizacional, donde se destacan aspectos como: cooperación, mujer y trabajo, los valores y simbolismo y b) formas de organización, en el que se incorpora la historia del movimiento cooperativo internacional y se reflexiona sobre las formas de organización en las pequeñas cooperativas. En la parte de cooperación se presentan los antecedentes del cooperativismo y se realiza una revisión de la teoría de la cooperación, corrientes asociacionistas y principales representantes de estas corrientes, tanto en Europa, como en América.

En el segundo capítulo se realiza la descripción del objeto de estudio, así como la definición del método y de los instrumentos metodológicos. En el tercer capítulo se analiza el estudio de caso, iniciando con una revisión histórica sobre el cooperativismo en América Latina y en México, para llegar al cooperativismo en las urbes, principalmente en el Distrito Federal, con el fin de entender el contexto donde nace y se desarrolla la “ Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L.”, sujeto de estudio.

Por último, se analizan las narrativas de las cooperativistas, con la finalidad de alcanzar una aproximación a la construcción de su identidad organizacional y de sus formas de organización.

Problema de investigación

En la sociedad contemporánea, las organizaciones modernas se fundaron bajo la lógica masculina, es decir, fueron constituidas por hombres, y en la medida en que la mujer se incorpora al trabajo, empieza a crear sus propios modos emergentes de organización, principalmente en organizaciones de tamaño pequeño. Creando así formas de organización simple¹, las cuales son capaces de sobrevivir en ambientes turbulentos causados por los cambios cada vez más frecuentes e intensos de su entorno.

Uno de los propósitos de nuestro estudio, es generar conocimiento sobre la permanencia y sobrevivencia de las cooperativas pequeñas en un ambiente turbulento, a través del estudio del papel que juega la identidad individual sobre la identidad social de los miembros de estas organizaciones, así como el impacto de las características de identidad propias de las mujeres en la identidad individual, grupal y organizacional, y su influencia en la cultura; identificando los procesos de creación de la identidad organizacional en las cooperativas, así como las formas de organización.

¹ Henry Mintzberg (1993), al establecer una tipología de las organizaciones propone cinco configuraciones, entre las que se encuentra la Estructura Simple, donde el mecanismo de coordinación es la supervisión directa por parte del directivo, quien tiene un alto grado de centralización vertical y horizontal, con una mínima tecnoestructura, poco soporte de asesoría, baja división del trabajo, mínima diferencia entre las unidades organizacionales y una pequeña jerarquía gerencial. Hace uso mínimo de la planeación y del entrenamiento y su comportamiento está minimamente formalizado.

Objetivo general

El objetivo de nuestra propuesta de investigación es conocer y explicar la construcción de la identidad a partir de los procesos de socialización en las pequeñas cooperativas de mujeres.

Objetivos particulares

- 1 Analizar la relación entre identidad y sus elementos, mujer y formas de organización desde la perspectiva de los estudios organizacionales.
- 2 Realizar una reflexión teórica de la identidad organizacional en relación con las formas de trabajo de las mujeres, así como las formas de organización.
- 3 Identificar los valores compartidos y los símbolos y el papel que desempeñan en la construcción de la identidad organizacional en las pequeñas organizaciones de mujeres.
- 4 Conocer las particularidades de los modos de organización en una pequeña cooperativa.

Preguntas de investigación

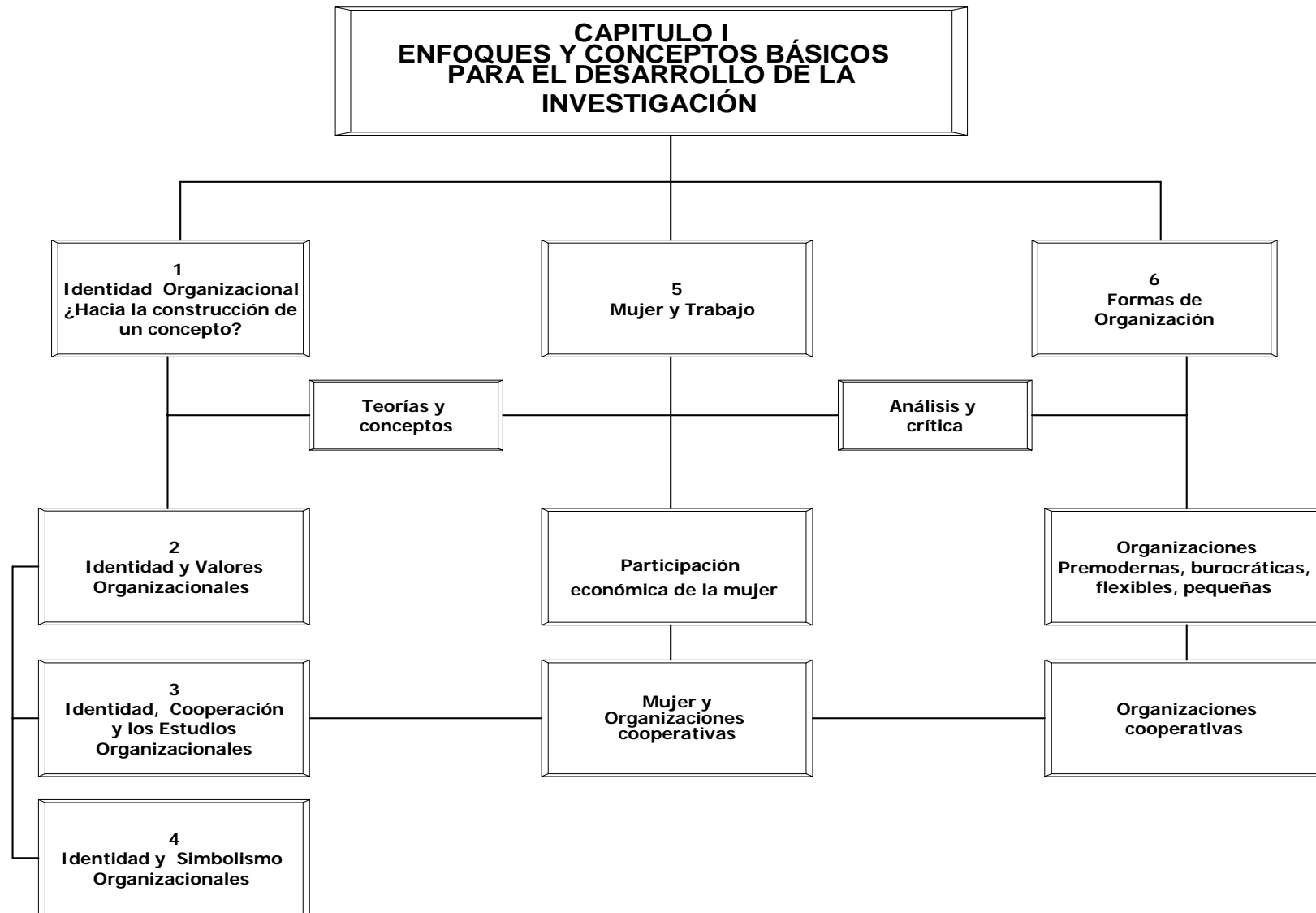
- 1 ¿Cómo se define la identidad organizacional en las organizaciones pequeñas?
- 2 ¿Cuál es el papel de los valores compartidos en la conformación de la identidad organizacional en las pequeñas cooperativas?
- 3 ¿Cuáles son las características organizacionales en las cooperativas pequeñas?

CAPITULO 1

Enfoques y conceptos
básicos para el desarrollo
de la investigación.

Mujer, identidad y organización: Estudio de caso de una pequeña cooperativa

MAPA CONCEPTUAL DEL CAPITULO 1



1.1 Identidad organizacional: ¿Hacia la construcción de un concepto?

A partir de las críticas dirigidas al estructural funcionalismo que predomina en la teoría de la organización y el cual ya no responde a la explicación de las problemáticas por las que atraviesan las organizaciones, aparecen paradigmas más orientados al análisis interpretativo, el cual enfatiza los procesos simbólicos.

Las organizaciones se mueven en un contexto en el cual se está dando un proceso continuo de globalización y regionalización, en este contexto las formas organizacionales tienen una influencia recíproca con las culturas locales. Las culturas regionales y locales establecen un sentido de identidad, es decir una forma especial de pensamiento o actuación dentro de un área geográfica.

Barba y Solís (1997), comentan que los autores que consideran a la cultura organizacional como una variable crítica la consideran como una especie de pegamento social o normativo que mantiene a la organización unida, ya que la cultura expresa los valores o ideales sociales y las creencias que los miembros de una organización comparten. Así mismo comentan que estos valores o patrones de creencias se manifiestan por medio de artefactos simbólicos tales como los mitos, los rituales, los cuentos, las leyendas y el lenguaje especializado. Por lo que, indican, la cultura - concebida como un conjunto clave de creencias y valores compartidos- llena muchas y muy importantes funciones, como por ejemplo:

- a) Transmite un sentido de identidad a los miembros de la organización
- b) Facilita la generación de compromisos en algo más amplio que el individuo
- c) La cultura incrementa la estabilidad del sistema social.
- d) La cultura sirve como un artefacto que proporciona sentido y significado y que, además, puede guiar y modelar la conducta.
- e) La cultura es acción práctica, acción organizada.

Como se observa, la cultura juega un papel destacado en la construcción de la identidad de las organizaciones, ya que la combinación de los valores contenidos en los individuos y en los grupos de la organización orienta su perfil.

Se puede considerar, entonces, a la cultura como una variable externa trasladada a las organizaciones a través de sus miembros e influenciada fuertemente por los rasgos culturales nacionales, regionales o locales.

Barba y Solís (1997:83), presentan tres perspectivas de la cultura organizacional:

- Perspectiva cognoscitiva, llamada también interpretativa, en esta perspectiva los mecanismos para la creación de significaciones colectivas son de particular interés. La creación de significados es una actividad en la cual los individuos usan su estructura cognoscitiva y artefactos estructurantes para percibir situaciones y para interpretar sus percepciones.
- Perspectiva estructuralista, las percepciones mentales de los humanos son un factor mediador que se coloca entre el ser humano y el mundo objetivo, a través de un sistema conceptual que hace una operación sintética entre las ideas y los hechos; a través de esta mediación los hechos se convierten en signos; los hombres se comunican por medio de signos y símbolos.
- Perspectiva simbólica, esta perspectiva está basada en la noción de que los miembros de una sociedad comparten un sistema de símbolos y de significaciones llamada cultura. Este sistema representa la realidad en la cual vive la gente y donde los símbolos son objetos, eventos sonidos hablados o formas escritas a las cuales los humanos atribuyen significaciones. Los autores comentan que es útil considerar que los sistemas simbólicos representan un conocimiento desarrollado por una comunidad de personas con una tradición histórica y un particular sistema de comunicación. Expresan que el lenguaje –a través del cual los seres humanos transmiten su conocimiento, pensamientos, sentimientos y percepciones- es en si mismo un sistema simbólico.

Así, se observa que las tres perspectivas trabajan con símbolos y significaciones como la expresión básica de una cultura, siendo éste su objetivo común, lo cual representa un enfoque antropológico –antropología simbólica y humanista- al estudio de las organizaciones, la cual trata de mezclar, como grupo, el análisis formal con el contenido, así como percepción y significación con la acción social.

A través de los elementos manifiestos de la cultura se puede entender el sentido de la identidad organizacional, tal como se hace presente en los actos cotidianos.

1.1.1 Concepto de Identidad

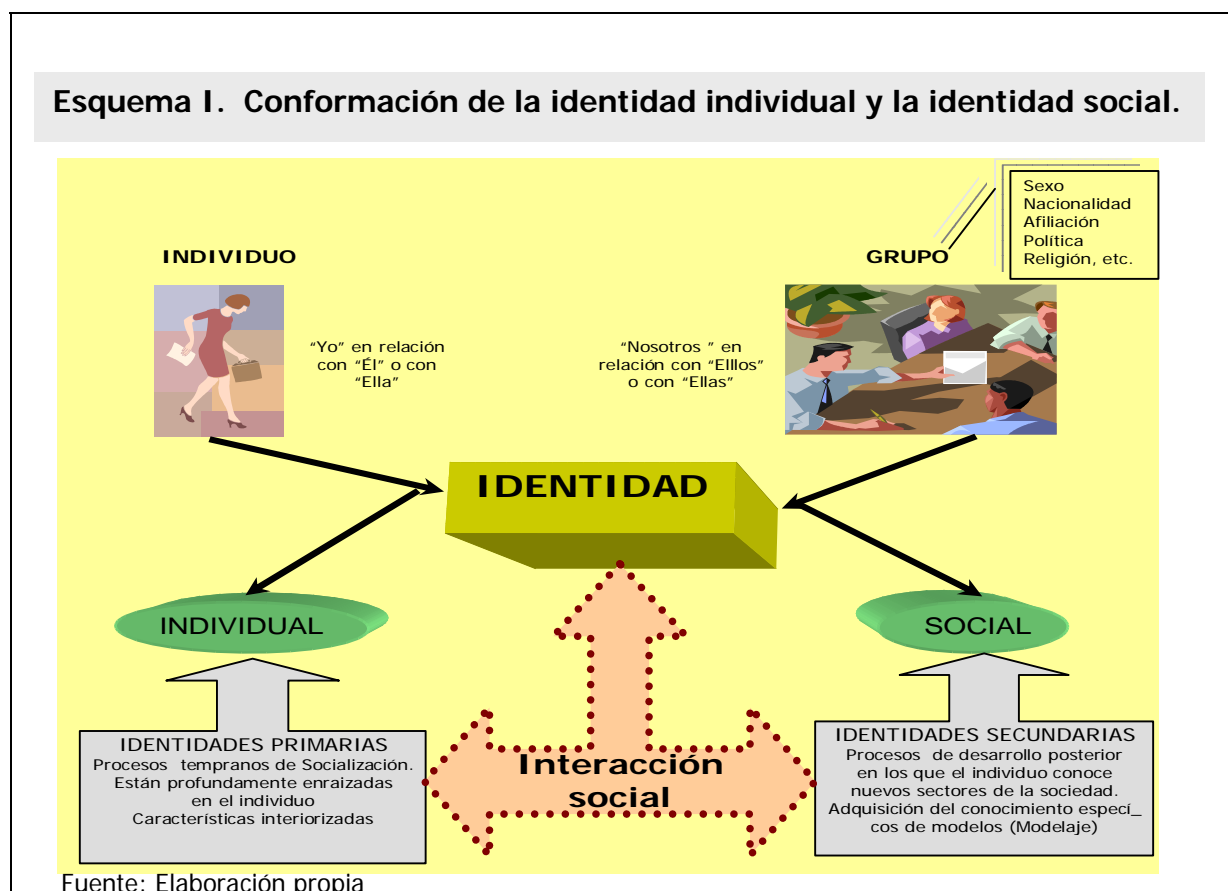
De acuerdo a Berger y Luckmann, la identidad es un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad, siendo un producto social los diferentes tipos de identidad² (Berger y Luckmann, 1996). Podemos decir entonces que las experiencias y actividades de las mujeres y los hombres se deben a sus contextos históricos-sociales, por lo que las identidades de los sujetos no son fijas ni únicas, sino que por el contrario, son procesos heterogéneos que se plasman en prácticas, a veces discontinuas (Tarrés, 1992).

Autores de disciplinas como la Sociología, Historia, Antropología, Psicología, Ciencia Política, entre otras, coinciden en observar a la identidad como un proceso de construcción simbólica de identificación-diferenciación que se realiza sobre un marco de referencia: territorio, clase, etnia, cultura, sexo, edad (Chihu, 2002)

De acuerdo con Chihu, la suma de las identificaciones sociales usadas por una persona para definirse a sí misma será lo que se llama su identidad social, la identidad social es entonces el resultado del proceso dialéctico mediante el cual se incluye

² Berger y Luckmann (1996), comentan que la identidad constituye un elemento clave de la realidad subjetiva que se halla en una dialéctica con la sociedad, la cual se forma por procesos sociales y una vez cristalizada es mantenida, modificada o reformada por las relaciones sociales.

sistemáticamente a una persona en algunas categorías y al mismo tiempo se excluye de otras. De acuerdo con la corriente iniciada con Tajfel³ y continuada por Turner, un grupo social está constituido por dos o más individuos que comparten una identificación común en la medida que se perciben a sí mismos como miembros de una misma categoría social, si podemos colocar a las personas dentro de una categoría, entonces eso nos dice algo de las personas.



Como se observa en el esquema 1, la identidad individual se deriva de los procesos tempranos de socialización, siendo estas identidades –llamadas primarias- las más fuertes y resistentes al cambio, están profundamente enraizadas y se manifiestan como características interiorizadas. La socialización secundaria es la adquisición del

³ De acuerdo a Tajfel, la identidad social se refiere a la parte del autoconcepto de un individuo, la cual se deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo o grupos sociales asociando un significado valorativo y emocional a dicha pertenencia. (Tajfel, 1982)

conocimiento específico de modelos, adquiridos directa o indirectamente en la división social del trabajo. Por lo que podemos considerar que la identidad es producto de las relaciones sociales.

1.1.2 Identidad organizacional

Recientemente el problema de la identidad se ha incorporado al ámbito organizacional como un problema relevante para poder entender a dichas organizaciones. Inicialmente el concepto de identidad organizacional fue tratado por la sociología y la psicología y fue introducido dentro del campo de los estudios organizacionales por Albert y Whetten en 1985. (Hatch y Schultz 2004)

Entre los autores más destacados en abordar el problema de la identidad en las organizaciones se pueden mencionar, por un lado, al estudioso francés Renaud Sainsaulieu (1988), que centra su estudio en las identidades en el trabajo, donde el individuo juega un papel central ya que a través de su interacción, desde dentro y fuera de la organización, construye su identidad; por el lado anglosajón, Albert y Whetten (1985), abordan la identidad como un problema de gestión, su artículo sobre identidad organizacional es un clásico básico para el estudio de la identidad en las organizaciones, la mayoría de las investigaciones sobre identidad organizacional retoman este texto como base para su estudio. Albert y Whetten comentan que para explicar la identidad se debe partir de preguntas, por ejemplo: “¿Quiénes somos?”, “¿En qué clase de negocios estamos?” o “¿Qué queremos ser?”, así como otra serie de preguntas entre las que sobresale ¿La identidad organizacional de una empresa influye en su comportamiento ético?, entre otras; para esto, determinan tres criterios de definición de identidad:

1. Los puntos de respuesta a características que son de alguna manera vistas como la esencia de la organización: *El criterio que demanda el carácter central.* Afirmación de identidad que distingue a la organización con base en algo importante y esencial

2. Los puntos de respuesta a características que distinguen a la organización de otras con las que podría ser comparada: *El criterio que demanda la distintividad*. Las dimensiones elegidas para definir la identidad distintiva de una organización pueden ser bastante eclécticas, abarcar afirmaciones de ideología, filosofía de management, cultura, ritual, etc. La manera en que la distintividad es definida depende críticamente de que otros objetos de comparación son considerablemente relevantes.
3. Los puntos de respuesta a características que exhiben cierto grado de igualdad o continuidad a través del tiempo: *El criterio que demanda la continuidad temporal* (perdurable).

Albert y Whetten (1985), comentan que, como concepto científico, se puede definir a la identidad como un constructo multidimensional donde el problema es identificar, definir y entonces medir las dimensiones de interés. Por lo cual, no hay, por supuesto, procedimientos de descubrimiento mecánico para el cual las dimensiones deban ser consideradas como a nivel de individuos, donde no hay acuerdo sobre la lista de identidades o papeles que un individuo debe asumir en el mundo. Una de las más importantes aportaciones de Albert y Whetten es el concepto de identidad e identidad dual (identidades múltiples) en una organización concreta, donde la identidad dual se puede determinar por medio del método que denominaron “análisis de metáfora extendida”.

En su estudio sobre la identidad social, Nkomo y Cox (1996) realizaron una revisión de las principales aproximaciones teóricas de la identidad a partir de la comprensión de la diversidad en las organizaciones:

- a) Teoría de la identidad social, teoría cognitiva que sostiene que los individuos tienden a clasificarse a si mismos y a otros, en categorías sociales, las cuales tienen un efecto significativo sobre la interacción humana;
- b) Teoría de las incrustaciones intergrupos, explícitamente integra una membresía de identidad de grupo y una membresía de grupo resultante de una categorización organizacional;

- c) La investigación en razas y géneros, documenta tratamientos diferenciales en las organizaciones basados en raza y género;
- d) La demografía organizacional, se refiere a las causas y consecuencias de composición de la distribución de atributos demográficos específicos de los empleados en una organización ; y
- e) La etnología como una rama de la antropología, que estudia las características sociales y culturales de diferentes grupos “tribales”

Desde esta perspectiva, la identidad debe comprenderse como una construcción compleja, multifacética y transitoria, en la que los individuos poseen múltiples identidades que se interceptan, creándose una identidad amalgamada, por lo que su estudio necesariamente debe atender esas intersecciones con otras identidades. La identidad debe ser entendida en sus cuatro niveles de análisis: Individual, grupal, organizacional y societal, para evitar la tendencia de pensar que algunos procesos dependen solamente de los miembros individuales de la organización, o solamente es un efecto de la identidad organizacional.

Por su parte, Etkin y Schvarstein (1989), argumentan que las organizaciones poseen una identidad definida como invariante, en el sentido de que su transformación también implica la transformación del sistema o, a partir de esta transformación, la aparición de una nueva organización⁴ y en el límite su disolución. La identidad se materializa a través de su estructura (los recursos de que dispone y el uso que se hace de ellos), por las relaciones entre sus integrantes y con el entorno, por los modos que adoptan esas relaciones, por los propósitos que orientan las acciones y los programas para su implantación y control. Comentan que definir la identidad de la organización es distinguir una figura de un fondo y que toda organización posee una identidad-esquema, exo-identidad, que es la que comparte con las organizaciones de su rama y una identidad-construcción, endo-identidad, que surge y se elabora en su interior y que permite su singularidad, por lo que es esencial en el análisis organizacional

⁴ Los autores citan como ejemplo la transformación de una empresa mercantil en una empresa social; podemos ejemplificar, la transformación de una empresa mercantil en una sociedad cooperativa.

distinguir las y analizar su congruencia, ya que la identidad es la fuente de la cohesión interna, que distingue a la organización como una entidad separada y distinta de otra. Asimismo, los rasgos de la identidad organizacional están comprendidos en el concepto de cultura, en el sentido que son elementos establecidos, conocidos y compartidos por el grupo social.

Se puede afirmar que la identidad organizacional es la personalidad que tiene la organización, personalidad que es la unión de su historia, de su filosofía del trabajo, de su ética, es decir, la identidad de la organización es el conjunto de características, valores y creencias con que la organización se auto identifica y auto diferencia de las otras organizaciones.

La identidad organizacional, de acuerdo con Paul Capriotti (1999), es entonces, todo aquello que permite distinguir a la organización como singular y diferente de las demás, la cual se materializa a través de una estructura. Esta identidad se trabaja y su trabajo es semiótico ya que es un trabajo de producción de discursos. Las herramientas de este trabajo son los signos, relaciones entre significantes y significados que los miembros de la organización establecen para identificar a la organización y cumplir con su trabajo.

Por otra parte, para Giménez (2002:37-38), "...la identidad es el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todos ellos dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado". Como podemos observar, establece una relación estrecha entre identidad y cultura y concibe a la identidad como una "*eflorescencia de las formas interiorizadas de la cultura*", es decir, la identidad es el resultado de un proceso de identificación dentro de las relaciones sociales. (Giménez, 2002:38).

Para Albert, Ashforth y Dutton (2000), a través de la identidad y la identificación se puede definir una organización, pues a través de ellas se construyen los fenómenos organizacionales, siendo el antecedente de muchas conductas organizacionales. Estos constructos son conceptos que viajan fácilmente por varios niveles de análisis, además de poseer una capacidad generadora e integradora que dota de sentido a la organización. Asimismo, de acuerdo con Humphreys y Brown (2002), todos los procesos de identificación, así como la identidad individual y colectiva que une a los individuos a las organizaciones, se construyen en las narrativas personales y compartidas que cada individuo crea para dar sentido a su mundo.

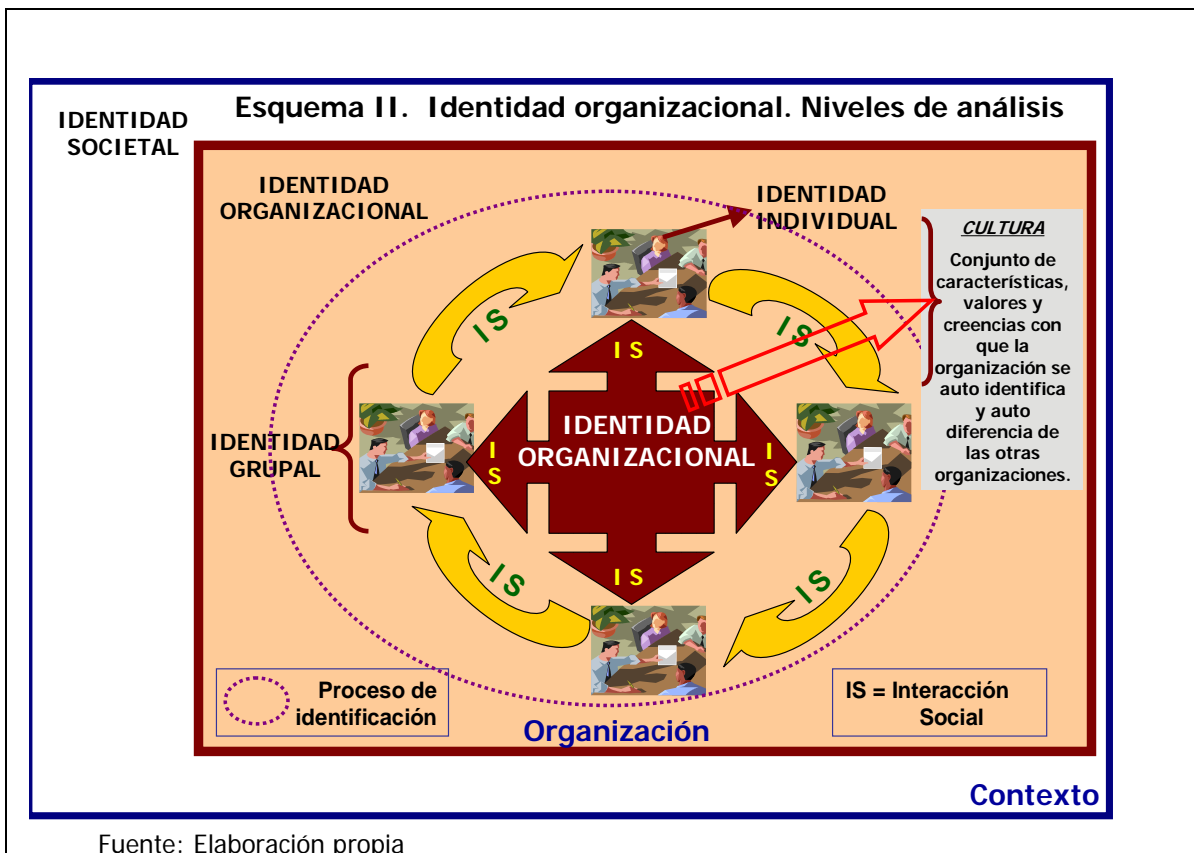
La identidad organizacional resulta, entonces, de “un proceso organizacional” (Weick, 1969), en términos de que la acción colectiva y concertada es consubstancial y parte de las representaciones y valores de todas las partes adherentes que se encuentran también dentro de esta construcción de su realidad social (Berger y Luckman, 1996). La identidad organizacional es entonces, una construcción social, donde el capital social organizacional refleja la existencia de relaciones interpersonales estrechas entre los individuos.

Lin (2001) define al capital social por los recursos integrados en la estructura social, accesibles y movilizados por todos los actores para fines de acciones. El capital social constituye, igual que el capital psíquico y humano, un recurso productivo e invaluable. El capital social organizacional (CSO) es un recurso importante porque *los individuos trabajan conjuntamente de manera eficaz y eficiente, cuando se conocen, se comprenden mutuamente, se tienen confianza y se identifican los unos con los otros* (Bolino et al. 2002: 507).

Leana y Van Buren (1999) comentan que entendiendo al capital social como un atributo de las organizaciones, se puede definir al capital social organizacional (CSO) como una fuente que refleja el carácter social de las relaciones en las organizaciones, realizada a través de la orientación de las metas colectivas e individuales de los miembros de la organización y la confianza compartida, siendo la unidad de análisis la organización. Los

autores examinan en su obra los constructos del macronivel y mesonivel, tales como identidad compartida y acción colectiva. Comentan que la confianza es necesaria en las organizaciones donde la membresía es voluntaria y conjuntamente con la asociatividad se tiene CSO, siendo entonces, la confianza y la asociatividad sus componentes básicos.

En el esquema II, se presenta gráficamente el análisis organizacional de la identidad, donde es importante señalar que no se trata solo de inventariar el conjunto de rasgos culturales que la definirían, sino detectar cuáles de entre ellos son utilizados por los miembros de los grupos para afirmar y mantener una distinción cultural. Siendo entonces, primordial en este análisis, explicar los procesos de identificación y las lógicas sociales que impulsan a los individuos y a los grupos a identificarse, a etiquetar y a clasificar. Igualmente, en el esquema se marcan los cuatro niveles de análisis de la identidad, individual, grupal, organizacional y societal, en los cuales los procesos de identificación tienen una interacción social constante.



Como se puede observar, existen una serie de rasgos entre los individuos y los grupos que son los que determinan la identidad de la organización a través de un proceso de identificación cultural y es lo que permite distinguir a la organización como singular y diferente a las demás, materializándose esta identidad a través de una estructura.

Siguiendo esta lógica, la identidad organizacional es formada por un proceso de comparaciones y reflexiones interorganizacionales ordenadas sobre ellas a través del tiempo (Albert, 1977, citado por Albert y Whetten ,1985).

Así, podemos considerar que la identidad tiene múltiples manifestaciones y la variedad de manifestaciones que se dan en las organizaciones significa que lo central a considerar para distinguir la identidad de una organización es, en realidad, la organización misma en todas sus expresiones. La identidad sistematiza un campo de asignación de significados, los miembros de la organización interiorizan los rasgos fundamentales y se transforman en componentes de la organización, es decir, que el todo esta contenido y reproducido en cada una de sus partes y los miembros reconstruyen, en sus procesos de socialización y en sus modos de interacción cotidianos, la identidad de la organización.

1.1.2.1 Identidad organizacional dual (pluri-identidades)

De acuerdo con Albert y Whetten (1985), muchas organizaciones, son híbridos compuestos de múltiples tipos, por híbrido se refieren a una organización cuya identidad está compuesta de dos o más tipos que normalmente no se esperaría que estuvieran juntos, es decir; el caso más simple de un híbrido de dos tipos es una organización de identidad dual. Así, se considera a sí misma alternativamente, y más aún simultáneamente, dos diferentes tipos de organizaciones.

Los autores distinguen dos formas de dualidad, a) una en la cual cada unidad dentro de la organización exhibe las identidades de la organización y b) otra en la cual cada unidad interna exhibe sólo una identidad –las múltiples identidades de la organización son representadas por diferentes unidades-. La primera, a, en la cual cada unidad

interna exhibe las propiedades de la organización como un todo, la etiquetan como la forma holográfica. La segunda, b, en la cual cada unidad interna exhibe sólo una identidad, es la forma ideográfica o especializada. Estas dos formas de la estructura interna ocasionan diferentes tipos de organizaciones.

Albert y Whetten comentan que es muy interesante especular acerca de la relativa ventaja adaptativa de las organizaciones holográficas e ideográficas. Por un lado la organización ideográfica probablemente posee mayor variedad, ya que contiene mayor especialización y más tipos puros. Mientras que la organización holográfica tiene menos diversidad al redactar la formulación de un plan de acción “correcto”, una vez que el plan ha sido propuesto los líderes serán capaces de redactar características comunes a través de todas las unidades como las bases para establecer consensos. Las siguientes razones para esperar un cambio dualístico parecen plausibles:

1. *Complejidad ambiental. Si el ambiente dentro del cual la organización está embebida crece más complejo a través del tiempo, presentando una mezcla de oportunidades y restricciones, entonces una organización de identidad dual debe tener ventajas adaptativas sobre una organización con mono-identidad. Proponemos que a través del tiempo las organizaciones adquieren identidades duales, tanto para explotar las oportunidades de un ambiente cada vez más complejo y cambiante, así como para contender los incrementos en restricciones y regulaciones impuestas ambientalmente.*
2. *Dualidad por default: Hay una tendencia para algunas organizaciones, particularmente en las del sector público, de adquirir múltiples identidades simplemente porque se vuelven un depósito de todas las cosas que otras organizaciones no asumirán. Para las organizaciones con relativamente poco control sobre el ámbito de su mandato, nosotros esperamos que este sea un camino común hacia la dualidad.*
3. *El problema del despojo de la identidad. Generalmente es más fácil adquirir una nueva identidad durante el crecimiento que deshacerse de una identidad durante un tiempo de reducción (Albert, 1984). Las*

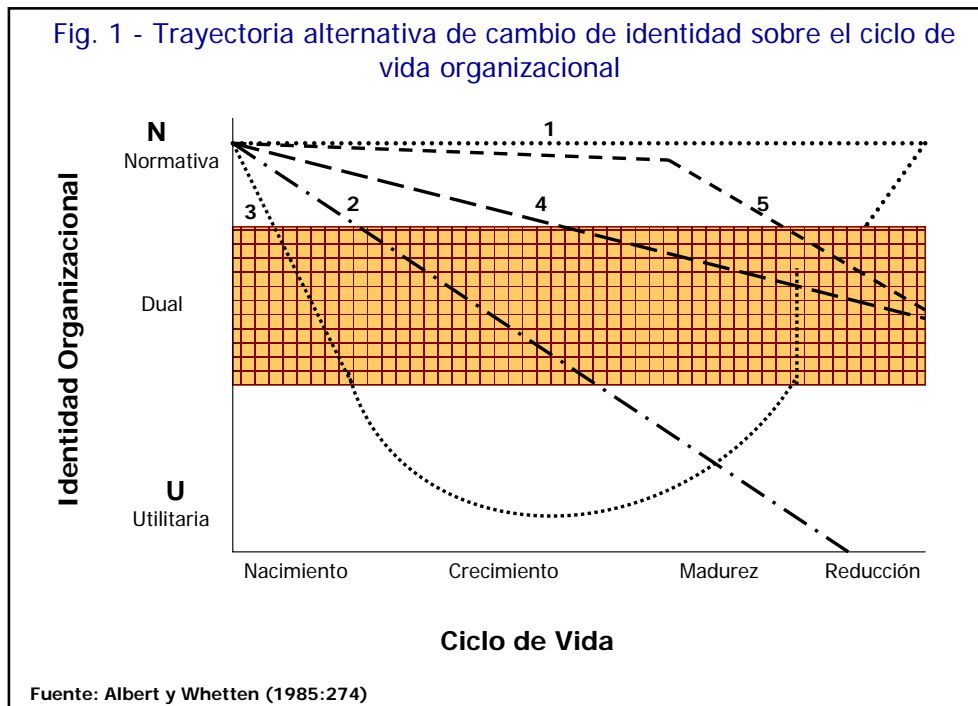
organizaciones tienden a comprometerse con lo que han sido y rara vez sustituyen nuevas características identificadoras por viejas. Si esta proposición es verdad, entonces un flujo hacia la dualidad parecería ser el resultado necesario de un proceso de adición de identidad.

4. *Éxito organizacional. A menudo, las organizaciones que son eminentemente exitosas ejerciendo una identidad única, entran en un segundo dominio de actividad dado el éxito en el primero. Por ejemplo, las firmas de negocios sumamente rentables y visibles en las principales ciudades metropolitanas, a menudo son invitadas a asumir un papel mayor en el apoyo a las artes. Similarmente, una iglesia totalmente exitosa puede encontrarse a sí misma abrumada con el detalle administrativo y económico necesario para satisfacer las necesidades de sus congregaciones que crecen rápidamente. En ambos casos, la organización sumamente exitosa tiende a adquirir una identidad dual en virtud de su éxito. (Albert y Whetten, 1985:275)*

Como se observa más adelante, se puede considerar a las cooperativas dentro de la suposición 2, dualidad por default, ya que son empresas sociales, donde una parte de su actividad debe desarrollarse en un entorno de empresas capitalistas –mercado de libre competencia- y, que además, legalmente deben desenvolverse de acuerdo a las leyes realizadas para las empresas mercantiles. Con respecto a la suposición 4, éxito organizacional, en las investigaciones realizadas en organizaciones cooperativas, algunos resultados obtenidos⁵, muestran que cuando las organizaciones cooperativas crecen rápidamente, el ambiente económico y organizacional las hace administrarse y organizarse como empresas mercantiles, siendo empresas sociales, por lo que en lugar de ser una empresa social, que tiene que cumplir con algunos mandatos, elaborados explícitamente para las empresas mercantiles, empiezan a operar como empresas con fines lucrativos, dejando muy ambigua, o de lado, la parte social.

⁵ Citamos los siguientes ejemplos: Organizarse para el éxito: condiciones para un crecimiento sostenido de Blanco, José y Klaus P. Fischer, Eds. (2003). FECOLAC, Canadá y Éxito en las Cooperativas de Ahorro y Crédito. Un estado posible, publicado por COLAC, (2004)

Albert y Whetten (1985), presentan un esquema (Figura 1) en el cual se muestra la identidad dual⁶:



En la figura 1, Albert y Whetten (1985), muestran cinco diferentes trayectorias de organizaciones que a través del tiempo pasan por una identidad dual. La trayectoria 1, en la figura 1, ilustra una organización que conserva su identidad a través de su ciclo de vida. Las trayectorias 2 y 3 retratan una organización cambiando su identidad en el curso de su ciclo de vida, pero que consistentemente conservan una única identidad (normativa seguida por utilitaria). En la trayectoria 2 este cambio es permanente, mientras que en la trayectoria 3 la organización regresa a sus raíces ideológicas tempranas después de tratar con una nueva identidad después de un breve periodo. Estos cambios es más probable que ocurran como resultado del flujo de identidad, especialmente para las organizaciones jóvenes (Lodahl y Mitchell, 1980, citados por Albert y Whetten, 1985), la identidad de una organización durante la fase de crecimiento de su ciclo de vida, a menudo existe sólo en forma latente. Bajo estas condiciones a

⁶ Albert y Whetten (1985), cuando hablan de identidad dual, se refieren a las organizaciones con múltiples identidades.

menudo las organizaciones juegan papeles y adquieren orientaciones diferentes de aquellas originalmente previstas por sus fundadores. Pero este proceso de transformación a menudo ocurre tan inconspicuamente y a un paso tan lento, que no es reconocido del todo hasta que una crisis organizacional fuerza a los miembros a examinar explícitamente su identidad colectiva.

La trayectoria 4 ilustra una tendencia, en incremento y a largo plazo, hacia la identidad dual, la trayectoria 5 ilustra la hipótesis de que la escasez motiva la adquisición de una identidad dual. En dichos tiempos, la identidad dual puede ocurrir por razones tanto internas como externas. Enfrentada con la reducción, una iglesia, por ejemplo, puede contratar expertos financieros quienes se pueden volver tan importantes que los criterios financieros que ellos propugnan, tales como efectividad de costos, pueden venir a cuestionar directamente otros principios de decisión y la identidad de la organización en el proceso. Con respecto a este ambiente externo la organización puede señalar los beneficios económicos de su existencia continua. Así, se puede esperar que una organización normativa bajo agresión prepare una defensa utilitaria, justo como una organización utilitaria amenazada intentará para defenderse a sí misma en asuntos normativos⁷.

1.1.2.2 Recorrido histórico sobre la investigación en identidad organizacional

Finalmente, Hatch y Schultz (2004), en su obra "*Organizational Identity. A reader*", realizaron una selección de lecturas, donde presentan el camino recorrido por los estudios de la identidad, las cuales presentan en tres partes:

- I. Las vías de la identidad organizacional en Sociología y Psicología Social
- II. Desarrollo temprano de la identidad organizacional
- III. Desarrollo reciente en la teoría de identidad organizacional

⁷ Con respecto a las trayectorias descritas, Albert y Whetten comentan: "...resumiendo nuestra discusión de las presiones que respaldan la adopción de múltiples identidades, nosotros suponemos que la trayectoria 1 ocurre poco frecuentemente y que las trayectorias 2 y 3 ocurren menos frecuentemente que las trayectorias 4 y 5.

En los cuadros 1a, 1b y 1c, se presentan las lecturas seleccionadas por las autoras y clasificadas en los tres apartados mencionados anteriormente. En el cuadro 1a, denominado “Trazando las rutas de la investigación de la identidad organizacional”, se muestran los artículos que señalan las ideas de la psicología social en los cuales los primeros teóricos de la identidad organizacional retoman el concepto de identidad social y lo adaptan al nivel organizacional.

Cuadro 1^a		
Trazando las rutas de la investigación de la identidad organizacional		
TEMAS	Autores y Boars	Conception desarrollado
I. Las vías de la identidad organizacional en Sociología y Psicología Social	<u>Cooley, C. H</u> (1902) 1. Lo social y lo individual	Desarrolla los aspectos sociales del yo e integra los niveles de análisis individual y social. Introduce la noción de <i>“looking-glass self”</i> y las ideas acerca del yo mismo social y las relaciones entre el yo mismo e imagen.
	<u>Mead, G. H.</u> (1934) 2. El yo mismo: El yo y el mi	Elabora su investigación sobre el significado y construcción del yo mismo, distinguiendo el yo mismo de otros tipos de organismos sociales. Introduce la distinción entre el “Yo” y el “Mi” que son base de la teoría de la identidad social.
	<u>Goffman, E.</u> (1959) 3. Las artes del <i>impression management</i>	Introduce en el análisis colectivo la noción de <i>impression management</i> y el rol de audiencias en el contexto de la auto-representación
	<u>Tajfel, H. y J. Turner</u> (1979) 4. Teoría Integrativa del Conflicto intergrupala	En el campo de la psicología, crearon el desarrollo de la teoría de identidad social
	<u>Brewer, M. y W. Gardner</u> (1996) 5. ¿Qué significa nosotros? Niveles de identidad colectiva y auto-representaciones.	Introdujeron tres niveles de análisis del yo mismo: Nivel Individual (auto-concepto individual), Nivel Interpersonal (auto-concepto relacional) y Nivel grupal (auto-concepto colectivo)
Fuente: Elaborado por la autora con base en Hatch y Schultz (2004)		

En el siguiente cuadro (1b), se presentan los artículos correspondientes a la parte II, “Contribuciones Tempranas”, en el cual las autoras presentan seis de los artículos de la primera década de la investigación de identidad organizacional que han tenido más influencia en las investigaciones sobre identidad organizacional.

Cuadro 1b Contribuciones tempranas sobre identidad organizacional		
II. Desarrollo temprano de la identidad organizacional	<u>Albert, S y D. Whitten</u> (1985) 6. Identidad organizacional	Primer nivel de la teoría de la identidad organizacional, incluyendo el concepto y definición de organizaciones con identidad dual, en el sentido de que contienen aspectos normativos y utilitarios. Sientan las bases de una aproximación longitudinal acerca de cómo la identidad organizacional es formada, mantenida y cambiada. Introducen los conceptos de identidad central, distintiva y perdurable.
	<u>Schwartz, Howard</u> (1987) 7. Acciones antisociales de participantes comprometidos con la organización: una perspectiva psicoanalítica existencial.	Aporta un trabajo psicoanalítico para la investigación de identidad organizacional. Presenta el estudio de caso de <i>Silkwood</i> como una aplicación empírica.
	<u>Blake, E. A. y Fred Mael</u> (1989) 8. Teoría de la identidad social y la organización	Introduce el concepto de identificación organizacional a los estudios organizacionales.
	<u>Alvesson, Mats</u> (1990) 9. ¿Organización: De sustancia a imagen?	Introduce el concepto de imagen a los estudios organizacionales.
	<u>Dutton J. Y J. Dukerich</u> (1991) 10. Mirando el espejo: Imagen e identidad en la adaptación organizacional.	Vinculan la identidad organizacional y la imagen en una teoría amplia sobre cómo temas estratégicos son relatados a través de la acción organizacional y que conciernen a la identidad organizacional. Presentan el caso de la autoridad de los puertos de <i>New York</i> y <i>New Jersey</i> , en donde la teoría es construida.
	<u>Ginzel L., R. Kramer y R. Sutton</u> (1993) 11. <i>Impression management</i> organizacional como proceso de influencia reciproca: El rol abandonado de la audiencia organizacional.	En este artículo se examina la contribución de la <i>impression management</i> a la imagen organizacional e introduce interrelaciones entre audiencias múltiples. Provee una conexión entre Goffman, el campo de <i>impression management</i> , y los estudios organizacionales.
Fuente: Elaborado por la autora con base en Hatch y Schultz (2004)		

En el cuadro 1c, se muestran los artículos que componen la Parte III: “Desarrollos recientes y temas emergentes”. Las autoras organizaron esta parte en cuatro temas que han emergido recientemente en la investigación académica sobre identidad organizacional: Identidades múltiples, estabilidad y cambio en identidad organizacional,

controlando y dirigiendo la identidad y comunicando identidad. Con estos temas se da un sentido a la gran diversidad que se ha desarrollado en el campo de la identidad organizacional, con lo que se promete un futuro rico para este ámbito, ya que es el resultado de la influencia de ideas importantes desde los campos de la filosofía postestructural y postmoderna.

Cuadro 1c		
Desarrollos recientes y temas emergentes sobre identidad organizacional		
TEMAS	Autores y Obras	Concepto desarrollado
III. Desarrollos recientes en la Teoría de la identidad Organizacional	III.i: Múltiples identidades	
	<u>Pratt, M. y A. Rafaeli</u> (1997) 12. Vestido organizacional como un símbolo de identidad social estratificada	El estudio de una unidad de rehabilitación de un hospital de tamaño grande revela cómo los miembros de la organización utilizan el símbolo del vestido para representar y negociar las identidades de su unidad de trabajo y la profesión de enfermeras.
	<u>Golden-Biddle, K. y Rao H.</u> (1997) 13. Ruptura en la dirección: Identidad organizacional y conflictos en una organización no lucrativa.	Ligan la identidad individual y organizacional con gobierno corporativo. Elaboran el concepto de identidad híbrida y conflictos de identidad.
	III.ii: Estabilidad y cambio en la identidad organizacional	
	<u>Gioia, D., K. Schultz y Corley, K.</u> (2000) 14. Identidad organizacional, imagen e inestabilidad adaptativa.	Introducen cambios en las definiciones de identidad de Albert y Whetten y de la definición de imagen de Dutton y Dukerich, e insertan el concepto de inestabilidad adaptativa.
	<u>Hatch, M. J. y M. Schultz</u> (2002) 15. Las dinámicas de la identidad organizacional	Presenta un modelo dinámico de cuatro procesos: auto-reflejo, reflejo, expresión e impresión, a través de los cuales la identidad es formada. Discuten vínculos entre los conceptos de identidad organizacional, cultura e imagen de los grupos de interés de la organización.
	Vi.: Identidad como discurso y narrativa	
	<u>Czarniawska-Joerges, B</u> (1997) 16. Narrativas de identidad individual y organizacional	Introduce una perspectiva narrativa sobre identidad organizacional utilizando la teoría institucional como un dispositivo de estructura.

Cuadro 1c		
Desarrollos recientes y temas emergentes sobre identidad organizacional		
TEMAS	Autores y Obras	Concepto desarrollado
	<u>Alvesson, M. y H. Willmott</u> (1997) 17. Regulación de la identidad como control organizacional, produciendo el individuo apropiado	Proveen un marco teórico crítico para los estudios de la identidad organizacional. Critican la regulación de la identidad en las organizaciones como una forma de control que necesita ser reconocida para promover la emancipación de los trabajadores.
	III.iv: Audiencias de la identidad	
	<u>Elsbach, K. y R. Kramer</u> 18. (1996)	Investigan como los miembros organizacionales responden a eventos que amenazan la identidad de la organización. Presenta datos recolectados sobre escuelas de negocios
	<u>Cheney, G. y Toger, Lars</u> (2001) 19. Identidad organizacional: Enlace entre comunicación interna y externa	Basada en el campo de comunicación organizacional, presenta las contribuciones de temas de management para la teoría de la identidad organizacional

Fuente: Elaborado por la autora con base en Hatch y Schultz (2004)

Con esta obra, Hatch y Schultz (2004), trazan el recorrido que se ha realizado con las investigaciones sobre identidad organizacional, basándose en las fuentes originales de obras que proveen ejemplos prominentes para el estudio de la identidad organizacional. Hacen referencia de las obras más mencionadas en las cuales los teóricos se basaron en la identidad social para trasladarla al estudio de las organizaciones.

En el siguiente apartado se resalta la importancia de los valores en la construcción de la identidad en las organizaciones, asimismo, se realiza una revisión de los valores y principios cooperativos.

1.2 Identidad y valores organizacionales

Existen variadas definiciones sobre los valores, pero en un estudio sobre los diferentes conceptos de los valores, E. Scout (2002) realiza una revisión sobre la literatura acerca de los valores organizacionales encontrando dos definiciones comunes: a) los valores de los miembros de la organización y b) los que son importantes para la supervivencia y florecimiento de la organización. Scout considera que esta segunda definición es más adecuada para el análisis organizacional ya que la primera definición hace imposible distinguir valores entre organizaciones que son uniformes de otras que tienen diversos propósitos.

La importancia de los valores radica en que se convierten en un elemento motivador de las acciones y del comportamiento de los individuos, definen el carácter fundamental y definitivo de la organización, crean un sentido de identidad del personal con la organización. Los valores deben ser claros, compartidos y aceptados por los miembros de todos los niveles de la organización, con el objeto de que exista un criterio unificado que fortalezca los intereses de todos los miembros. (Martin Fors, 2002).

De acuerdo a Dolan y García (1999), la palabra valor puede tomar tres significados:

- a) El valor de tener valores –ético/estratégico-
- b) La administración de los valores –económico- y
- c) Porqué vale la pena administrar por valores -Psicológico-.

Los cuales a su vez son diferentes y complementarios, en el cuadro 2, podemos observarlos:

Cuadro 2		
Significado de los valores		
Significado	Dimensión/Carácter	Concepto
Valor de tener valores	Ético-estratégico (Las opciones preferenciales)	Los valores son lecciones estratégicas, constituyen el núcleo de la libertad humana en la medida en que son las opciones estratégicamente determinadas, a corto o largo plazo. Cuando no hay valores claramente definidos, se produce la "anomia" ⁸ .
Administrar por valores	Económico (El valor)	Es la medida de la importancia o significado de alguna cosa; criterios utilizados para evaluar las cosas en función de su mérito relativo, de su rareza, de su precio o de su interés, conceptos que agregan valor al producto.
Porqué vale la pena administrar por valores	Psicológico (Valor)	Calidad moral que permite una aproximación a las realizaciones o desafíos. Un manager debe mostrar valor para aceptar los riesgos que implica la adopción de nuevas formas de gestión.
Fuente: Elaboración propia, con base en Dolan y García (1999)		

Así mismo, los valores se diferencian entre a) valores finales –llamados objetivos existenciales- los cuales se clasifican en valores personales, los que un individuo desea, y los valores éticos sociales, aspiraciones u objetivos que benefician a la humanidad, y b) valores instrumentales –medios para diferentes fines existenciales-. La diferenciación se muestra en el cuadro 3:

⁸ Elton Mayo (1972) retoma el concepto de anomia propuesto por Durkheim, donde la anomia es una patología social que significa la pérdida de identidad del individuo en las sociedades modernas. Mayo dice que el individuo recupera su identidad en la empresa, ya que es un espacio donde sí se le reconoce.

Cuadro 3		
Diferenciación entre valores finales e instrumentales		
Tipo de Valores	Clasificación	Concepto
a) Valores Finales (Objetivos existenciales)	Valores personales ¿Qué es lo más importante en la vida?	Son los que un individuo desea: vivir, felicidad, familia, éxito personal, reconocimiento, estatus, bienes materiales, éxito profesional, prestigio, amistad, amor, etc.
	Valores éticos-sociales ¿Qué se quiere hacer por el mundo?	Constituyen las aspiraciones o los objetivos que benefician a la sociedad: predicar la paz, cuidar la ecología, justicia social, etc.
Valores Instrumentales (Medios para diferentes fines existenciales)	Valores éticos-morales ¿Cómo comportarse con la gente?	Hacen referencia a las conductas que son necesarias para alcanzar nuestros valores finales: ser honesto, sincero, responsable, leal, solidario, confiable, respetar los derechos de otros, etcétera.
	Valores de competencia ¿Qué creemos necesario para competir en la vida?	Son más individuales aunque también socialmente condicionados, no están directamente ligados a la moral o a la culpabilidad: la cultura, el dinero, la imaginación, la lógica, la apariencia, la inteligencia, ser positivo, flexible, simpático, tener capacidad de trabajar en equipo, el valor, etc.

Fuente: Elaboración propia, con base en Dolan y García (1999)

De acuerdo a los autores la escala de valores se encuentra en constante cambio en función de nuestras experiencias y reflexiones.

1.2.1 Importancia de los valores en la organización

Siguiendo con la tesis de Dolan y García, el nacimiento de los valores en la organización depende de algunas variables, como son:

1. Creencias y valores del fundador, el cual posee una idea clara sobre la manera en que los empleados deben funcionar
2. Creencias y valores de la administración actual, los ejecutivos deben procurar perpetuar, revitalizar o perpetuar totalmente las creencias y valores de los empleados

3. La formación e influencia de los fundadores, un mecanismo esencial de modificación de creencias y valores es la formación, por medio de cursos especializados, lecturas especiales o la interacción con consultores
4. La legislación existente, la concerniente al ambiente, empleo, impuestos, entre otras, la cual influye sobre el establecimiento de creencias y valores
5. Las reglas del juego de mercados particulares, grado libre de competencia y otras condiciones de mercado influyen sobre el establecimiento de creencias y valores en las empresas
6. Los valores sociales prevalecientes según la época, los valores dominantes en cada país son diferentes de lo que fueron en el pasado y los de hoy son diferentes de los que serán en el futuro
7. La tradición cultural de cada sociedad, los valores sociales y los asuntos nacionales se influyen mutuamente
8. La historia de éxitos y fracasos de la empresa, los sistemas de creencias y valores de una empresa se sostienen si los resultados son considerados como buenos, de lo contrario es probable reconsiderarlos.

Así mismo los autores consideran que existen tres diferentes niveles de valores en la empresa:

1. De los que crean los valores del sistema, los dirigentes crean los valores y las reglas del juego
2. De los *managers* de valores, gerentes y profesionales intermedios que manejan los conflictos de valor entre los diferentes niveles
3. De los miembros del sistema de valores, los trabajadores de la empresa según los principios y estructuras establecidos por los dos niveles anteriores. Una estructura flexible, es decir que tiende al achatamiento, permite desarrollar las capacidades individuales y los

miembros sienten que pueden gestionar y proponer los principios y valores que ayuden a la empresa.

1.2.2 Valores organizacionales compartidos

La búsqueda de valores se desplaza del individuo a un examen amplio de la empresa y a su funcionamiento como sistema social. (Goodstein, et.al., 1997), por lo que, como tarea inicial en el proceso de determinar los valores, es importante la búsqueda de ellos, es decir, determinar los valores de los miembros de la organización, los valores actuales de la organización –su cultura organizacional predominante- y los de los grupos de interés en el futuro.

Richard Pascal y Tony Athos presentan el Modelo “7S” de las Organizaciones⁹ (citados por Martin Fors, 2002), en el cual establecen que los valores compartidos vinculan y conforman con los otros aspectos de la vida organizacional.

Este modelo de las “7S”¹⁰, guía el cambio organizacional basado en valores y forma consenso sobre la dirección futura, centrando acciones e iniciativas en los valores compartidos.

Los siete conceptos que utilizan en este modelo son:

1. Valores Compartidos, reflejan, tanto los valores adoptados como los verdaderos (aquellos que se dicen de “boca para fuera” y aquellos sobre los que se actúa cada día). Los valores pueden ser tácitos y a pesar de ello forman el corazón de la cultura organizacional¹¹.

⁹ Martin Fors, Daylene (2002) cita el Modelo “7S” de Pascal y Athos, los cuales elaboran este modelo con base en Tom Peters y Bob Waterman.

¹⁰ Se le llama 7'S porque los 7 conceptos en inglés inician con s: **s**hared values; **s**trategy; **s**ystems; **s**tructures; **s**kills; **s**taff; **s**tyle.

¹¹ Daylene Martin Fors, considera que los valores residen en el corazón de las organizaciones, porque las mantienen humanas y alientan a dirigentes y empleados a hablar y actuar desde sus corazones, así como desde sus cabezas, es decir, se involucran los sentimientos, las emociones y la razón.

2. Estrategia, cómo conducir por la vía de los hechos los valores compartidos. Incluye planes para llevar a cabo el rumbo futuro de la organización.
3. Sistemas, son los métodos o procedimientos por medio de los cuales se conducen los negocios internos y externos de la organización. Los sistemas son efectivos cuando se basan en valores de equipo y conducen a soluciones éticas.
4. Estructuras, se reflejan en los organigramas, la configuración del trabajo y la administración, las organizaciones tienen estructuras formales e informales, las cuales pueden no parecerse las unas a las otras. Las estructuras de equipos reflejan valores a través de su aplanamiento.
5. Habilidades, abarcan los recursos humanos disponibles en la organización, el perfil de habilidades de cada persona incluye sus valores, capacidades colaborativas, y capacidad para resolver conflictos de equipos.
6. Personal, incluye el número, naturaleza y variedad del personal. Los valores se reflejan en las diferentes formas de diversidad, trabajo en equipo, satisfacción laboral y motivación.
7. Estilo, se expresa en la cultura organizacional y los métodos de liderazgo, gerencia, negociación, manejo de conflictos y relaciones interpersonales, estos pueden ser cooperativos o antagónicos, interesados o insensibles, centrados en los equipos o individualistas, de abajo hacia arriba o de arriba hacia abajo.

Como podemos observar, la importancia de los valores radica en que se convierten en un elemento motivador de las acciones y del comportamiento humano, definen el carácter esencial y definitivo de la organización, crean un sentido de identidad del personal con la organización, por lo que los valores deben ser claros, compartidos y aceptados por los miembros de todos los niveles

de la organización, con el objeto de que exista un criterio unificado que fortalezca los intereses de todos los miembros de la organización.

En el siguiente apartado se realiza una revisión de la cooperación como valor fundamental y base de la identidad organizacional de las organizaciones cooperativas y su relación con los estudios organizacionales.

1.3 Identidad y Cooperación en los Estudios Organizacionales

En este apartado realizamos un análisis teórico sobre la cooperación y su relación con la identidad y los Estudios Organizacionales. Las organizaciones cooperativas se basan en principios, siendo fundamental la cooperación, por lo que es importante como primer punto, conocer las bases de la cooperación y el desarrollo ideológico que se le dio a este concepto, así como el papel que juega en la creación de organizaciones cooperativas.

1.3.1 Concepto de cooperación

La cooperación entendida en su acepción más simple significa acometer acciones y obras de forma conjunta (formas de trabajo) en la que la responsabilidad recae sobre grupos de personas comprometidas que se reúnen para ayudarse y no sobre individuos aislados y separados unos de otros.

El término cooperación puede referirse a casi toda acción colectiva, sin embargo a partir del siglo XIX se relaciona con la acción popular, la que busca beneficios y mejores remuneraciones y condiciones de vida para los trabajadores. Cooperar significa trabajar juntos, actuar en grupo, sin cooperación no hay trabajo, pero cooperación es ante todo un hecho de la realidad cotidiana, inmerso en la esencia de la naturaleza humana.

La palabra cooperación en su forma más simple, significa trabajo en común, ayuda mutua, pero si se refiere a la cooperación como sistema, se entiende como tal a la reunión o agrupación de varias personas con el fin de obtener ciertas ventajas para si mismos y que de otra manera sería difícil o imposible alcanzarlas.

Se puede entender, entonces, a la cooperación como un comportamiento de unión o colaboración entre individuos con intereses comunes para la consecución de una meta, es decir, es una conducta humana con la cual se minimizan los conflictos de rivalidad intergrupos. La cooperación puede ser voluntaria o involuntaria, directa o indirecta, formal o informal (Olvera, 2001) en donde todos los participantes combinan esfuerzos con el fin específico de obtener un beneficio¹².

Por lo que la cooperación implica intenciones recíprocas y comportamiento asociativo, llegando en ocasiones a convertirse en un fin en sí mismo. La cooperación puede encontrarse tanto en grupos pequeños como en grandes y presentarse en diversos niveles de la actividad humana.

Robert Nisbet (citado por Olvera, 2001:1), distingue cinco grupos de cooperación: automática, tradicional, contractual, directa y espontánea y, cada uno de estos tipos, se puede encontrar en todas las esferas de la sociedad humana –política, religiosa, económica, social y cultural-

Se puede, entonces, considerar a la cooperación como un hecho de la realidad cotidiana, existe toda vez que el ser humano se agrupa para saciar sus necesidades, logrando a través de la asociación un mayor bienestar del que pudiera obtener si actuara independientemente. Para el estudio de la cooperación humana, Nisbet propone tres puntos de partida:

¹² Definición del *Webster's unabridged dictionary*. La Cooperación es definida como: "*the association of a number of persons for their common benefit, collective action in the pursuit of common well being, especially in some industrial or business process.*"

1. La cooperación como normas éticas. Desde esta perspectiva, la cooperación, tanto en ética como en religión, ha sido uno de los valores históricos más grandes que ha poseído el hombre, se le ha considerado como sinónimo de moralidad.
2. La cooperación como proceso social, esta perspectiva toma como centro del proceso evolutivo a la cooperación y a la competencia, pudiéndoseles encontrar interactuando tanto en condiciones de estabilidad como de cambio.
3. La cooperación como estructura institucional, la cooperación se manifiesta en innumerables organizaciones creadas por el hombre con el propósito de lograr una meta a través del comportamiento asociativo. Esas organizaciones han tenido sus orígenes desde la antigüedad hasta nuestros días y pueden encontrarse en todos los ámbitos de actividad humana: religión, política, cultura y economía. (citado por Olvera, 2001:1-2)

En el transcurrir histórico la cooperación se ha venido expresando en formas diversas, pero manteniendo como fundamentos sobrentendidos: a) Una teoría de la economía. b) Una teoría de la sociedad y la política. c) Unos métodos y una teoría para la gestión de organizaciones. d) Una concepción de hombre. e) Un cuerpo doctrinario e ideológico (cultura). (Pérez Valencia, 1995: 31-47)

La cooperación como norma ética prevalece en la esfera humana hasta antes del siglo XIX, pero con el impacto de la producción mercantil con base en la manufactura durante ese siglo, surge un renovado interés por la cooperación como proceso social y estructura institucional, desplazando a la postura anterior.

Con la Revolución Industrial se logran cambios importantes e innovadores en la actividad industrial. Esta industrialización lleva consigo una menor demanda de fuerza de trabajo, incrementándose el desempleo, provocando el empobrecimiento

de miles de trabajadores. Así se desarrollan grandes urbes con su creciente proletariado y la aparición de cinturones de miseria en torno a los centros industriales. Por lo que el fin de la agricultura ya no se centraba en satisfacer las necesidades alimentarias de la población, sino que ahora servía para satisfacer las necesidades industriales. En el cuadro 4 se pueden observar estos cambios.

Cuadro 4		
Cambios de gremio a empresa capitalista		
GREMIO		EMPRESA CAPITALISTA
Maestro	A	Capitalista
Integrados a su comunidad		Separados de su cultura y de su forma de vida, nueva ideología
Producción artesana		Producción en serie
Autoconsumo Familiar		Consumo masivo
Agremiados		Obreros
Trabajo en casa o en talleres		Trabajo en las fábricas
Dueños de los medios de producción		Dueños de su fuerza de trabajo
Herencia cultural familiar		Nueva cultura urbana
Satisfacción de necesidades alimentarias		Satisface necesidades industriales
Fuente: Elaboración propia		

Es en este contexto que surgen las organizaciones cooperativas como respuesta a la convulsión económica y social existente, apoyadas en la cooperación, la solidaridad y la ayuda mutua. Siendo la cooperación, uno de los valores fundamentales de las organizaciones cooperativas.

1.3.2 Diferentes corrientes de pensamiento cooperativo

Los cambios económicos y sociales que surgen con la revolución industrial, trajeron como consecuencia la creación de nuevas ideas, las cuales se consolidan en las corrientes asociacionistas¹³ enumeradas por Gonzáles Stefani (citado por Aranzadi, D., 1976):

¹³ En el diccionario Enciclopédico Quillet se determina como asociación al “Conjunto de asociados para un mismo fin y persona jurídica por ellos formada”, podemos entender que es la reunión de un número determinado de personas que tienen un fin común, que no es de lucro, y que tiene como consecuencia el mejoramiento de las condiciones de vida.

- El socialismo utópico. Para los pensadores de este movimiento, la sociedad es la que se encarga de su propia transformación y el Estado se concibe como un administrador.
- Corriente que propugna por la participación del Estado para transformar la democracia política en democracia social y económica.
- Corriente cooperativa, reúne a las dos corrientes anteriores y en su modelo introduce rasgos originales.

1.3.2.1 Socialismo utópico

Esta corriente asociacionista¹⁴, nace junto con la revolución industrial inglesa y es una de tantas manifestaciones que surgen en respuesta a la explotación del trabajador en las fábricas y a la miseria que trae consigo la urbanización. Los socialistas utópicos tenían como fin sustraer a los trabajadores de las condiciones de explotación capitalistas a través del regreso de formas asociativas, que tenían su antecedente en los gremios medievales. Los orígenes de las ideas cooperativistas proceden de estos socialistas utópicos y básicamente de las ideas propugnadas y puestas en práctica insistentemente por el inglés Robert Owen.

Dentro de los principales exponentes del socialismo utópico se encuentran Saint Simon, Robert Owen y Charles Fourier, entre otros; a estos pensadores la mayoría de los autores cooperativistas los consideran los precursores del Cooperativismo, en el cuadro 5 realizamos un breve resumen sobre su origen, su pensamiento y su influencia en la corriente Cooperativista.

¹⁴ Moviendo social partidario de crear asociaciones cívicas, políticas, culturales, etc. (Diccionario de la Lengua Española, Vigésima segunda edición, 2001)

Cuadro 5			
Principales socialistas utópicos			
Ideólogo	Procedencia	Pensamiento	Influencias
Saint Simon (1760-1825)	Francia	Observa que históricamente el egoísmo condicionaba el progreso de la civilización, por ello la cooperación económica se daría como resultado del avance social. La propiedad debe ser socializada y la diferencia en las retribuciones no debe llegar nunca a crear clases económicas ni extremos de riqueza y pobreza.	Fue partidario de una nueva sociedad económica que denominó: "República Cooperativa" Tuvo gran influencia en pensadores como Augusto Comte y Karl Marx y en fundadores cooperativistas.
Robert Owen (1771-1858)	Inglaterra	Aplica en sus fábricas su visión sobre que si se proporciona a los trabajadores un entorno social agradable, trabajarían más eficientemente. Creía en la fundación de colonias comunistas, administradas colectivamente, funda una colonia en Estados Unidos, " <i>New Harmony</i> " en 1825, la cual fracasa en 1827. En 1826 se funda la Sociedad Cooperativa de Londres, basada en los principios de la cooperación mutua, sucesora del experimento <i>Spa Field</i> . Los seguidores de Owen, Thompson y King, impulsan el cooperativismo, el cual se vincula a los sindicatos.	Promovió la acción sindical y se convirtió en el inspirador de cooperativistas. Contribuyó a la generalización del término Cooperación y su lucha por mejores condiciones para los trabajadores quedó plasmada en la legislación laboral. Algunos de sus discípulos fundaron la cooperativa de los "Pioneros de Rochdale"
Charles Fourier (1772-1837)	Francia	Veía como viable la creación de "falansterios", cuya base es la propiedad colectiva de los medios de producción, erradicando el conflicto de los intereses individuales.	En América se establecieron algunos falansterios pero tuvieron vida efímera, solo perduraron los que se basaron más en los lineamientos cooperativos propiamente dichos. Su influencia se extiende a Francia, Inglaterra y en el Kibutz israelí. Se le considera el defensor de las cooperativas de consumo.
Fuente: Cuadro elaborado con base en Ekelund (1992), UNESCO (1999), Lezami (2004)			

Como se observa, para estos pensadores, el bienestar social de los trabajadores es muy importante; si trabajan en un entorno social agradable, de acuerdo a principios morales, es posible la cooperación. Su teoría está basada en la fe y la cordura del hombre y en la capacidad que tenemos de encontrar por nosotros mismos, guiados por la razón y el altruismo, la salida a las necesidades humanas.

1.3.2.2 Participación del Estado

La corriente de la participación del estado y la corriente cooperativista se basan en las ideas de los socialistas utópicos; los principales representantes de la corriente de la participación estatal son Hüber, Blanc, Hass, Luzzatti y Wollenborg, entre otros. La mayoría de los partidarios de la intervención estatal fueron políticos y personas vinculadas directamente con los gobiernos de sus países. Consideran a la cooperación la base para encauzar el desarrollo del país. Para estos pensadores, el apoyo del estado era fundamental para lograr que el cambio de formas de organización económica se tradujera también en una transformación social.

En el cuadro 6 se presentan los principales representantes de esta corriente y las formas de apoyo que dieron al cooperativismo:

Cuadro 6			
Principales representantes de la corriente de la participación estatal			
Ideólogo	Procedencia	Promotor de	Relación estatal
Victor A. Hüber (1800-1869)	Alemania	Es considerado como precursor de las sociedades cooperativas de consumo y de vivienda en Alemania	Admite la ayuda externa y apoyo financiero y legal del estado.
Louis Blanc (1812-1882)	Francia	Periodista que ejerce gran influencia sobre cooperativas de producción, sus ideas se manifiestan en torno a la autonomía de las cooperativas y a la organización del trabajo	Creía conveniente que el estado organizara "talleres sociales", apoyándolos posteriormente con capital en préstamo, pudiéndose convertir con el tiempo en cooperativas autónomas de producción. Miembro del gobierno francés.
Wilhelm Hass (1839-1913)	Alemania	Fundó la primera escuela de cooperativismo agrícola. Promovió cooperativas de crédito.	Permitió la ayuda y centralización del estado para la promoción de cooperativas de crédito.
Luigi Luzzatti (1841-1927)	Italia	Ayudó en el establecimiento de las uniones de crédito y las cooperativas de consumo.	Político relevante, propagador del cooperativismo en el sector del crédito popular
Leone Wollenborg (1859-1932)	Italia	Estableció la primera unión de crédito rural, Fundó la primera publicación cooperativa en Italia: "La Cooperación Rural". Escribió una brillante obra: <i>La teorica della cooperazione</i>	Hombre de estado.
Fuente: Cuadro elaborado con base en datos de <i>International Cooperative Information Center de la International Cooperative Alliance, Americas. Famous Co-op people through the ages</i> , en www.ica.coop.com . Octubre de 2005, Izquierdo (2005) y Lezami (2004).			

Emilio Nazzani, perteneciente al grupo de los liberales sociales y, probablemente, el mejor expositor italiano de la teoría clásica, fue el primer economista de importancia que abordó el tema del cooperativismo. Nazzani siempre se opuso a la intervención del Estado en las cooperativas, al respecto opina: "*respetando la libertad y la competencia, las asociaciones productivas de los trabajadores deben abstenerse de mendigar subsidios al Estado. Deben conquistar su puesto en el orden social libremente, audazmente, con sus propias fuerzas, sin extender la mano al gobierno*" (citado en Dalpane, 1966:617). Nazzani consideraba que las cooperativas de trabajo serían un instrumento útil para afrontar los problemas del desempleo.

1.3.2.3 Corriente Cooperativista

La corriente cooperativista, se conformó tanto de las ideas de los socialistas utópicos como las de los partidarios de la participación estatal. Esta corriente es la que construye los principios fundamentales de la cooperación, así como los proyectos cooperativos más trascendentales a nivel mundial, en esta corriente se encuentran la mayoría de los ideólogos europeos; sus propuestas permitieron la difusión de nuevas formas de asociación en otros continentes, siendo el continente americano un campo propicio de experimentación de las formas de organización cooperativa.

Entre los pensadores más significativos de esta corriente se encuentran, William King, Felipe Buchez, Herman Delitzch, Jorge Hollyoake, Federico Raiffeisen, Guillermo Maxwell, Víctor Serwy y Ernest Poisson por Europa; Alphonse Desjardins, fundador del cooperativismo en Canadá y, por Estados Unidos, E. A. Filene y Roy F. Bergengren. En el cuadro 7 se muestra a estos autores, relacionados por fecha de nacimiento, así como sus contribuciones y obras más importantes:

Cuadro 7			
Principales representantes de la Corriente Cooperativista			
Pensadores Cooperativistas	Origen	Contribución	Obras
William King (1786-1865)	Inglaterra	<ul style="list-style-type: none"> * Visión cristiana de las cooperativas * Se crearon bajo su influencia más de 300 cooperativas de consumo * Aportó elementos importantes que sirvieron a los Pioneros de Rochdale para su proyecto cooperativo 	Publica el periódico mensual " <i>The co-operator</i> " Creo escuelas de educación cooperativa
Felipe Buchez (1796-1865)	Francia	<ul style="list-style-type: none"> * Fundador de la doctrina en la que se inspiraron las cooperativas de producción * Gran influencia en Francia, Inglaterra, Bélgica y México, durante el siglo XIX * Tenía la idea de fundar un 	Las normas que estableció son: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Organización democrática del fondo de reserva, reparto proporcional y destino desinteresado del</i>

Cuadro 7			
Principales representantes de la Corriente Cooperativista			
Pensadores Cooperativistas	Origen	Contribución	Obras
		Banco Central del Estado para administrar los fondos y transformar la sociedad sobre bases cooperativas.	<i>sobrante patrimonial</i>
Herman Schultze-Delitzch (1808-1883)	Alemania	* Promovió las sociedades bajo el nombre de "Bancos Populares" ¹⁵ * Fundó la Unión General de Sociedades Cooperativas Basadas en la Autoayuda (en 1859)	Organizó congresos, redactó el proyecto básico de la ley alemana de cooperativas
Jorge J. Hollyoake (1817-1906)	Inglaterra	Lucho por la libertad religiosa de prensa	Historia de los pioneros de Rochdale, en él se expresan los principios que rigen a la ICA
Federico Raiffeisen (1818-1888)	Alemania	Apoyo a las uniones de crédito, sobre la base de la responsabilidad solidaria. Ideas de importancia económica: * Abogó por salarios justos, más que por servicio voluntarios * Grandes ganancias en lugar de nulas * Sin repartos de beneficios que se destinan a obras sociales	Redactó el proyecto básico de la Ley Alemana de Cooperativas.
Guillermo Maxwell (1841-1929)	Inglaterra	Llamado el "Caballero de la Cooperación" Presidente de ICA de 1907 a 1921	Ayudó a promulgar al Acta de de Compensación de los Trabajadores
Charles Gide (1847-1932)	Francia	Gide fue profesor de Economía en Burdeos, Montpellier y París y desarrolló la doctrina de las cooperativas de consumo, teniendo una gran influencia en el movimiento cooperativo internacional.	Fundó Escuela de Nimes. Visionó una sociedad basada en el reino del consumidor a partir de pequeñas cooperativas locales federadas entre sí.
Alphonse Desjardins (1854-1920)	Canadá	Organizó la primera Unión de Crédito de Norteamérica: "Banco Popular de Levis". Ayudó a crear la primera Unión de crédito en Estados Unidos	Libro: El Banco Popular Cooperativo
E. A. Filene (1860-1937)	Estados Unidos	Con ayuda de Desjardins y Bergengren, fundó las Uniones de Crédito en su país	Logra que se realicen importantes investigaciones sobre problemas económicos, sanitarios y sociales, aportando soluciones cooperativas
Víctor Serwy (1863-1946)	Bélgica	Experiencia cooperativa de más de 60 años	* "Historia de la Cooperación"

¹⁵ Estos "Bancos Populares" se les conoce actualmente como Uniones de Crédito

Cuadro 7			
Principales representantes de la Corriente Cooperativista			
Pensadores Cooperativistas	Origen	Contribución	Obras
			* "Un Siglo de Cooperación"
Ernest Poisson (1882-1942)	Francia	Miembro del Comité de la ICA	"La República Cooperativa"
Georges Fauquet (1883-1953)	Francia	Teórico cooperativista Sirvió por 32 años a la ICA	"El Sector Cooperativo" "Historia de la ICA", quedó incompleto por su muerte
Fuente: Cuadro elaborado con base en. Famous Coop people through the ages, en WWW.ica.coop.com . Octubre de 2005; Izquierdo (2005) y Lezami (2004)			

Con las aportaciones de estos pensadores se delinearon los principios, valores y naturaleza de la organización cooperativa, aportes que permanecen en la base de la organización cooperativa actual. Así, la cooperación va más allá de la simple asociación de individuos que buscan llegar a un objetivo común, pues quienes se agrupan en cooperativas, lo hacen buscando una alternativa a las formas de organización que prevalecen en la economía capitalista y de acuerdo con Williamson (1989), los modos alternativos de propiedad generan relaciones laborales distintas y ubica entre ellos la propiedad colectiva.

Marx, al estudiar la cooperación, considera que constituye un momento cualitativamente nuevo del desarrollo de las fuerzas productivas, como forma superior y más productiva en lo económico y lo social, en contraposición al trabajo aislado. Con esto, deja claro que la cooperación es condición esencial para el desarrollo de las fuerzas productivas, la cual se basa en relaciones de fraternidad entre productores. (Marx, 1973, citado por Izquierdo, 2005)

Los principales puntos, sobre las organizaciones cooperativas, destacados por los clásicos del marxismo- leninismo, de acuerdo con Izquierdo (2005), son:

- * El cooperativismo, en el capitalismo, permite a los obreros salvaguardar sus intereses económicos y sociales, a pesar de llevar el sello de esa sociedad.

- * La identidad de las organizaciones cooperativas presupone principios, valores y una empresa sui generis que se contraponen a lo definido por el capitalismo, aunque no puede sobrepasar los límites de una formación económica social.
- * Las cooperativas en el capitalismo pueden degenerar en empresas capitalistas y no conducir a cambios sociales importantes.

Así, comenta Izquierdo (2005:17), el valor metodológico de los puntos de vista del marxismo-leninismo está dado en que abordan la unidad esencial de los problemas sociales y económicos, lo que permite comprender, analizar y valorar el alcance social de la práctica económica y de todas las relaciones que se entrelazan para desarrollar la producción social.

En los últimos veinte años, los principales problemas que han afectado a los países pueden agruparse en el desempleo masivo y la exclusión social y la aparición de nuevas necesidades sociales, aspectos que han sido tratados en una serie de investigaciones (Chaves, et.al., 2000; Defourny, et.al., 1997, citados por Monzón, 2003) donde los autores han llegado a la conclusión de que una forma de enfrentarlos es a través de las cooperativas y de la economía (Monzón, 2003), por lo que se puede considerar que el bienestar social sería más estable y duradero si se fundamenta en un sistema económico más plural, democrático y participativo, en el que las organizaciones cooperativas y la economía social desempeñan un papel significativo.

1.3.3 Cooperación y los Estudios Organizacionales

En la diversidad de temas que pueden ser estudiados y entendidos por medio de las teorías de la organizacional encontramos las diferentes formas en que el individuo interactúa con los demás elementos organizacionales -individuos, tecnología- así como con otras organizaciones. En esta perspectiva de

interacciones surgen ciertos aspectos de interés sobre cómo a través del tiempo y más aún de las escuelas y enfoques que comprende la Teoría de la Organización los conceptos utilizados por los autores implican (implícita o explícitamente) orientaciones diferentes según su contexto.

Aunque bajo una perspectiva muy humanista se puede decir que la cooperación voluntaria dentro del enfoque de la administración científica es nula, hay que entender que bajo su contexto solo se gestó un paradigma organizacional con diferentes matices donde la cooperación era impuesta y formalmente restringida a las actividades que correspondían, ningún obrero cooperaba con otro si su función prevista no detallaba esa situación; en este enfoque se puede hablar más de cooperación entre hombre y máquina restringida e inflexible que la cooperación de los individuos por voluntad.

El fordismo, a principios del siglo XX, promueve la idea que la máquina lejos de desplazar el trabajo del hombre lo promueve y perfecciona. Ford estaba convencido de que la mayoría de los trabajadores buscan trabajos que no los obliguen a pensar, introduce en su compañía productora de automóviles la llamada producción en serie. En esta perspectiva, el concepto de cooperación en términos organizacionales responde a una producción en cadena o línea de montaje que resulta también de la cooperación del individuo al aceptar que su trabajo sea monótono y ser un eslabón que responde a un trabajo para que el siguiente individuo continúe con su tarea establecida dentro de la rutina de producción en serie.

Elton Mayo (1945) funda una nueva forma de pensamiento organizacional que se denominó la Escuela de las Relaciones Humanas, propone entender a las organizaciones desde la reflexión del personal y no solo por los procesos técnicos involucrados. Mayo fue el primero en entender a las organizaciones como instancias cooperativas donde la motivación del trabajador provenía del interés por llevarse bien entre sí, desestimando la hipótesis del "individuo aislado

maximizador del salario”, de la escuela científica, también denominada en forma despectiva como “hipótesis de la chusma” (Perrow, 1991: 73)

Chéster Barnard (citado por Perrow, 1991:38), puede considerarse como antecedente para los estudios culturales de las organizaciones, se identifica como uno de los personajes más influyentes en la llamada Escuela de las Relaciones Humanas. Barnard propuso, radicalizando las posturas de Mayo, que las organizaciones eran por su propia naturaleza sistemas cooperativos y no pueden dejar de serlo, asimismo comenta que las organizaciones poseen un sustrato moral que las envuelve y que debe ser guía para sus objetivos y legitimador de su poder tanto interno como hacia el resto de la sociedad, ya que la gente acude a las organizaciones para cooperar por una meta, la meta de la organización, por lo que tal meta debe ser común, la meta de todos los participantes; por lo tanto, la meta no puede dejar de ser moral, ya que la moralidad emerge de entornos cooperativos y es en las organizaciones donde se encuentra la forma más nítida de cooperación. (Perrow, 1991: 78)

Lo esencial para la supervivencia de las organizaciones, según Barnard (1968), es el deseo o la buena voluntad para cooperar, la habilidad de comunicar, la existencia y aceptación de las metas o los objetivos. El interés de Barnard por la moralidad de las organizaciones tenía al individuo como objeto de investigación y a la cooperación como valor central de toda organización y de toda la sociedad, siendo el propósito de su obra, el definir una teoría comprensiva de la conducta cooperativa en las organizaciones formales.

Barnard (1968), comenta que para que una organización pueda sobrevivir debe ser eficaz para lograr el propósito de la organización y eficiente para satisfacer los motivos individuales. Pensaba que las organizaciones son más que personas, tecnología, insumos, que están formadas por fuerzas resultantes de la coordinación de las personas y su ecuación de personalidad. Para Barnard, las

personas poseen dos personalidades, una personalidad de organización y otra individual (Barnard, 1968: 77)

En estos postulados de Barnard se puede encontrar cómo la doctrina de la cooperación se refleja en las organizaciones, cuyos principios están basados en este concepto, como es el caso de las cooperativas, en las cuales sus miembros a través del adoctrinamiento cooperan en la consecución de sus fines, para lo cual deben basarse en los principios y valores cooperativos.

En el enfoque de las Nuevas Relaciones Humanas (NRH) se da un cambio radical de las perspectivas organizacionales, implica una visión más completa de los factores funcionales y estructurales y toma la participación y cooperación voluntaria de los individuos como una herramienta auxiliar del trabajo que se realiza.

La cooperación bajo ésta perspectiva resulta un elemento clave del éxito organizacional, cuando los individuos desean cooperar la organización se vuelve más adaptable a los cambios, se prepara para ellos y comparten los conocimientos con los otros individuos. La cooperación se vuelve más efectiva en este tipo de enfoque porque permite de manera flexible auxiliar en las situaciones no previstas, se permite que los individuos socialicen y compartan sus conocimientos y responsabilidades.

Por otro lado, las nuevas formas de organización del trabajo (NFOT) se centran en el desarrollo del individuo y de la organización, toman en cuenta los intereses individuales para generar objetivos de interés colectivo, se perfilan dentro de las organizaciones como formas flexibles de organización del trabajo con un alto grado a la adaptación al cambio. Esta perspectiva permite una visión flexible de la organización y sus procesos, la constante y creciente preocupación de las organizaciones por su entorno y el impacto de éste en su forma de operar exhorta a los participantes a seguir nuevas líneas sobre cómo llevar a cabo la organización

del trabajo bajo la cooperación voluntaria porque los fines de la organización se involucran a los personales.

Las NFOT responden formalmente a las necesidades de cooperación, surgen como elemento central del cambio organizacional y emplean nuevos conceptos como la flexibilidad y el aprendizaje continuo para lograr la mayor eficiencia en el proceso del trabajo.

1.3.4 Cooperación y organizaciones cooperativas

La organización cooperativa es una sociedad autónoma de personas con necesidades comunes que desean mejorar su situación económica, social y cultural, uniéndose voluntariamente para formar una organización de propiedad común que se maneja de acuerdo a las decisiones de quienes la integran, logrando así un mejor nivel de vida. La cooperativa actúa por medio de actos cooperativos, que son definidos como los actos realizados por los miembros con ésta, o de ésta con otros entes cooperativos. Lo importante de estos actos es conocer cuál es su contenido y estos están caracterizados, además del aspecto jurídico, por la serie de valores que se han identificado dentro del cooperativismo, como son ayuda mutua, solidaridad, colaboración recíproca y en su cumplimiento controlado es donde se encuentra una verdadera acción cooperativa.

Las organizaciones cooperativas se rigen por principios que son las directrices generales a seguir por lo socios que las integran. Los principios cooperativos son establecidos por la International Cooperative Alliance (ICA), estos principios son las vías para poner en práctica los valores cooperativos, pero para que una cooperativa funciones de acuerdo a estos valores y principios cooperativos es necesario que los socios actúen de acuerdo a una serie de principios éticos, con lo que se pretende que ejerzan sus derechos y cumplan con sus obligaciones, para que procuren una mejora en su modo de vida y su trabajo en la organización cooperativa contribuya a su vez en una mejoría de la sociedad; de acuerdo con lo

anterior, los valores éticos son: honestidad, transparencia, responsabilidad social y vocación social. Los valores cooperativos aportan un sentido, una razón de ser a la organización cooperativa, son valores que emanan y permanecen en los socios que las integran, estos valores son: ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad.

Este conjunto de valores cooperativos básicos, se pueden considerar el fundamento sobre el que se basan las cooperativas y aunque son valores que se pueden hallar en todo tipo de organización, se pueden afirmar como innegables en la organización cooperativa.

Los principios cooperativos son las pautas mediante las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores, estos principios cooperativos son siete:

1. **Membresía abierta y voluntaria.** Las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.
2. **Control democrático de los miembros.** Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus socios quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros. En las cooperativas de base los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos.
3. **Participación económica de los miembros.** Los socios contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común

de la cooperativa. Usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membresía.

4. **Autonomía e independencia.** Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus socios. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.
5. **Educación, capacitación e información.** Las cooperativas brindan educación y capacitación a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Las cooperativas informan al público en general -particularmente a jóvenes y creadores de opinión- acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.
6. **Cooperación entre cooperativas.** Las cooperativas sirven a sus socios más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo, trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.
7. **Compromiso con la comunidad.** La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus socios.

Estos principios configuran la naturaleza cooperativa de las organizaciones cooperativas, no son independientes unos de otros, por lo que a las organizaciones cooperativas se les debe evaluar por la forma en que adhieren a los principios como una totalidad. La ACI expresa que:

... “los principios no se asocian arbitrariamente o por casualidad. Ellos forman un sistema y son inseparables. Ellos se sostienen y se refuerzan recíprocamente” (ACI, 2004)

Los primeros tres principios cooperativos (Membresía abierta y voluntaria, control democrático de los miembros y participación económica de los miembros) se refieren básicamente a la dinámica interna de la organización cooperativa, los últimos cuatro (Autonomía e independencia; educación, capacitación e información; cooperación entre cooperativas y compromiso con la comunidad) afectan las relaciones internas así como las relaciones externas de las organizaciones cooperativas.

En el cuadro 8, se puede observar cómo estos principios son las pautas para poner en práctica los valores cooperativos, se muestran las relaciones entre ellos, constituyen un todo, se complementan y dan un sentido a la acción cooperativa.

Cuadro 8		
Relación entre Principios y Valores		
PRINCIPIOS	VALORES COMPARTIDOS	VALORES ÉTICOS (De los líderes)
1. Membresía abierta y voluntaria	Igualdad, Equidad	Honestidad
2. Control democrático de los miembros	Democracia	Honestidad,
3. Participación económica de los miembros	Igualdad, Equidad	Honestidad, transparencia
4. Autonomía e independencia	Ayuda mutua, Democracia	Honestidad, transparencia,
5. Educación, capacitación e información	Responsabilidad	
6. Cooperación entre cooperativas	Ayuda mutua, Solidaridad	Responsabilidad social
7. Compromiso con la comunidad	Solidaridad, Democracia	Responsabilidad social, vocación
Fuente: Elaboración propia		

Por lo que los valores deben ser compartidos y aceptados por los socios ya que se convierten en un elemento motivador de la acción y del comportamiento humano, definen la esencia de la organización, creando un sentido de identidad organizacional.

1. 4. Identidad y símbolos organizacionales

Harry Abravanel (1992), expresa que los símbolos son portadores de sentido, pues a través de ellos se definen las cosas, se establece el contexto y la forma y sirven para crear la identidad individual y de grupo¹⁶, pues “...*la identidad se halla siempre dotada de cierto valor para el sujeto,...ya que se convierte en un medio para alcanzar un fin*” (Giménez, 2002:46). Así, la participación y pertenencia a una cultura dada se realiza estableciéndose un lenguaje particular, el cual es elaborado por todo el grupo y compartido con los demás.

Levi-Strauss (1979:5) expone que los hombres se comunican por medio de símbolos y de signos y que se entiende por signo, de acuerdo a Peirce, “aquello que reemplaza alguna cosa para alguien”

Por su parte, Umberto Eco (1978) menciona que tan pronto como aparecen dos individuos en relación mutua, se da una producción de significados físicamente observables, ya que al producirse comunicación entre dos hombres lo que puede observarse son signos verbales o pictográficos que el emisor comunica al destinatario y que expresan, mediante un nombre, el objeto. Al igual que el término cultura, el término símbolo suele emplearse en una gama de sentidos (Geertz, 1973)

De acuerdo con Albert y Whetten (1985:12), mientras que la información acerca de identidad organizacional es a menudo diseminada por medio de documentos oficiales tales como reportes anuales y comunicados de prensa, la identidad pública¹⁷ también es a menudo transmitida a través de señales y símbolos. Un marco distintivo de identidad destaca preguntas circundantes a la elección y

¹⁶ Berger y Luckmann, en su obra “La construcción social de la realidad”, argumentan que las teorías sobre la identidad “...*están dentro del universo simbólico; la identidad permanece ininteligible a menos que se le ubique en un mundo*” (Berger y Luckmann, 1996:217).

¹⁷ Al referirse a identidad pública suponemos que se trata de la imagen organizacional.

modificación de estos símbolos, esto no quiere decir que el estudio de señales y símbolos es un área exclusiva de un marco de identidad. Sin embargo, el estudio de señales y símbolos generalmente se origina fuera de una concepción de identidad como identificación (como en “identificación con”).

En el siguiente apartado se realiza una revisión sobre la participación de la mujer en el mundo laboral y su presencia en las organizaciones cooperativas.

1.5 Identidad organizacional y mujer

Al modificarse la sociedad se está modificando la conducta de hombres y mujeres, así como las formas de organización de las familias, las condiciones que prevalecían en una sociedad agraria sufren fuertes transformaciones al convertirse en una sociedad industrial y urbana, donde las mujeres asumen roles diferentes a los que tradicionalmente tenía, es decir, se incorporan en forma creciente al mundo laboral y sus niveles educativos se incrementan en forma sustantiva, con base en esto empiezan a separar la sexualidad de la reproducción, creando espacios distintos de participación, aunque siguen persistiendo las desigualdades de género que no les permiten una participación plena, ya que las normas, las instituciones y los principios simbólicos que definen la desigualdad no se han roto, solo se han flexibilizado, razón por lo que solo podemos considerar a la identidad de las mujeres reconstruyéndose, que los cambios en los diferentes niveles de su acción están configurando una nueva identidad a la cual todavía le falta camino por recorrer para verse cristalizada.

En este apartado realizamos una revisión sobre el camino que han recorrido las mujeres en el mundo laboral, así como su participación en la economía del país, para finalmente tratar sobre las mujeres y las organizaciones cooperativas.

1.5.1 Mujer y Trabajo

A través de la historia el lugar de trabajo de las mujeres ha ido cambiando. En las sociedades preindustriales la actividad productiva se realizaba en las casas o en lugares muy cercanos a ellas, mientras que en las sociedades modernas el trabajo productivo es trasladado a las fábricas mecanizadas, por lo que se contratan trabajadores individualmente, más que familias. Se crea una división entre el hogar y el lugar de trabajo. Se termina por asociar a la mujer con los valores domésticos.

Las tasas de empleo de las mujeres eran bastante bajas ya entrado el siglo XX, estando compuesta la mano de obra femenina principalmente por mujeres jóvenes y solteras, cuyos salarios eran enviados por los patrones directamente a los padres. A partir de ahí, la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo remunerado ha aumentado progresivamente, pero este incremento en las tasas de empleo en las mujeres no se debe a que han sustituido a los hombres, sino que son producto de un incremento general en el número de puestos disponibles. (Guiddens, 1997).

La presencia de las mujeres en el espacio laboral en Latinoamérica se ha incrementado de manera continua, principalmente en el sector terciario de la economía, en ocupaciones con un nivel alto de feminización: enfermeras, secretarias, meseras, trabajadoras no calificadas en servicios personales, maestras, entre otras.

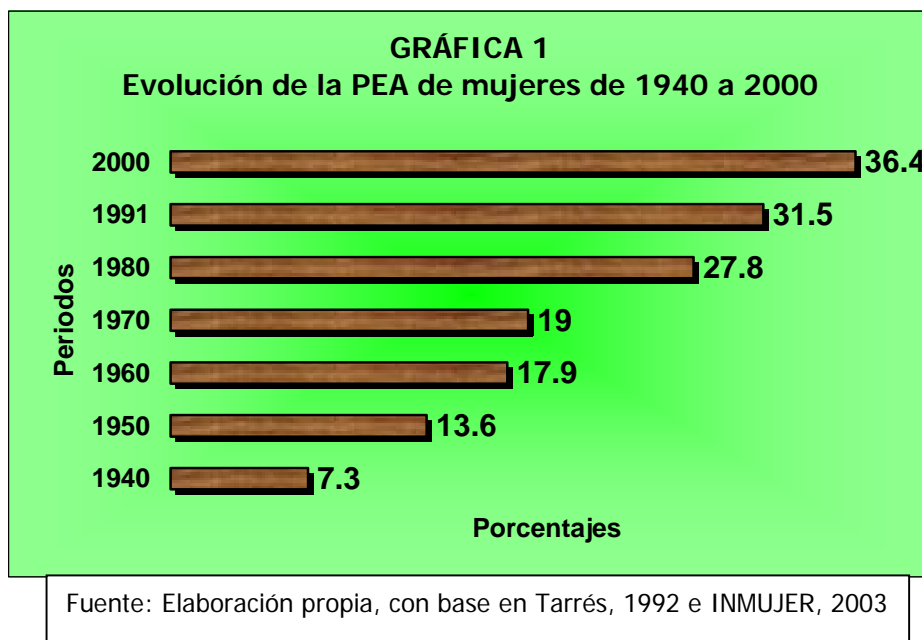
Así vemos cómo en las últimas décadas en México la mano de obra femenina ha estado ganando espacios en el mercado de trabajo en algunas ramas económicas que anteriormente eran consideradas como exclusivas de los hombres, se han abierto espacios a las mujeres, por lo que no es raro encontrarlas en las industrias siderúrgica, de la construcción, metalmecánica, servicios de limpieza de las ciudades, entre otras. Ante las crisis constantes por las que ha pasado el país,

podemos considerar que ese es uno de los aspectos por los cuales las mujeres cada vez se incorporan más al trabajo extradoméstico, ya que enfrentan la necesidad de complementar el ingreso familiar ante la baja salarial o por la desocupación masculina, pero también consideramos que existen condiciones de género que provocan la preferencia de los empleadores por la mano de obra femenina, como es su gran capacidad para integrarse a los nuevos sistemas de organización del trabajo, mayor sensibilidad social, su gran creatividad y su tendencia a adoptar decisiones sobre la base del consenso de las partes involucradas. Pero principalmente, porque por el mismo trabajo se les paga menos que a los hombres. (Rico, 1995, citada por González Marín, 1998:16)

González Marín (1998) comenta que el 45% de las mujeres trabajadoras mexicanas, se encuentra insertado en la economía informal, la incorporación de la mujer a este sector informal se debe principalmente a la combinación de tres peculiaridades de la mano de obra femenina; la primera tiene que ver con la consideración de su salario como complemento del ingreso familiar, la segunda con el hecho de que las ocupaciones que desempeña son tradicionalmente mal pagadas y la tercera con el ajuste entre su trabajo fuera de casa y sus responsabilidades domésticas.

En la actualidad el mundo del trabajo formal aparece en constante transformación, así vemos cómo los contratos colectivos dan paso a los contratos individuales, las prestaciones cada vez son menores y la estabilidad en el empleo ya es tan solo una utopía y el sindicalismo ha perdido credibilidad y, por lo tanto, fuerza negociadora. Estas transformaciones (flexibilidad laboral) son consideradas como parte del proceso de globalización y se les llama elementos de la modernidad (González Marín, 1998). Ante esto, aparecen nuevos actores sociales, entre los cuales las mujeres desempeñan un papel importante, ya que debido a su condición de género están dispuestas a trabajar a tiempo parcial, en su casa, para poder cuidar a los hijos y cuidar de su hogar, es decir poder realizar sus trabajos domésticos. Así podemos observar que la mano de obra femenina ha ido ganando

espacios en el mercado de trabajo desde la década de los cuarenta. En la siguiente gráfica podemos observar este crecimiento:



Como se observa, la incorporación de las mujeres en el mercado de trabajo ha tenido un incremento sistemático, siendo el incremento más importante en la década de los ochenta. En 60 años la presencia de la mujer en el mercado de trabajo se quintuplicó, ya que de 7.3% en 1940, se incrementa a 36.4% en 2000. El aumento en la incorporación de la mujer a los mercados de trabajo se relacionan principalmente a procesos de desarrollo nacional, como la urbanización, el proceso educativo, la modernización y, probablemente, a la percepción de la mujer frente al trabajo (Tarrés, 1992).

La crisis de los ochenta, la cual se sintió fuertemente en las zonas urbanas a causa de la gran tasa de desempleo, obligó a las mujeres a participar en el ingreso familiar, por lo que podemos considerar que ésta sea una de las principales causas de la incorporación masiva de la mujer a los mercados de trabajo. Esta incorporación, de acuerdo a Tarrés (1992), se vive de diferente manera en las zonas rurales y urbanas, lo cual se muestra en el cuadro 9:

Cuadro 9					
Evolución de la PEA de mujeres por Zona, de 1970 a 1990					
Concepto/Periodo	1970	1975	1980	1985	1990
PEA mujeres	2'596,099	3'205,138	3'971,118	4'925,651	6'072,100
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Urbana %	67.36	71.45	75.27	78.65	81.70
Rural %	32.64	28.55	24.73	21.35	18.30
Fuente: CELADE, Boletín Núm. 35 (citado en Tarrés, 1992)					

De acuerdo a los datos contenidos en el cuadro 9, en las zonas urbanas hay mayor participación femenina en la PEA, que en las zonas rurales y según Pedrero (1990, citado en Tarrés, 1992:36), señala que la participación femenina se incrementó un 40% en las ciudades de México, Monterrey y Guadalajara, entre 1978 y 1987, presentando un ritmo de crecimiento mayor que la PEA masculina.

La actividad de la mujer se concentra, en el sector terciario de la economía, principalmente en los servicios y el comercio, pero en los últimos años, hay una tendencia marcada a integrarse al sector secundario, básicamente en la industria de transformación, con lo que va diversificando sus ocupaciones.

1.5.2 Participación económica de la mujer

Como se mencionó anteriormente, la incorporación de la mujer al mundo laboral en las últimas décadas ha crecido en forma importante, de acuerdo a los datos publicados por el Instituto Nacional de la Mujer (INMUJER, 2003), en su publicación Mujer y Trabajo I, el 36.4% de las mujeres mayores de 12 años, participaban en alguna actividad económica. Hasta los años setenta, la participación de la mujer decrecía cuando se casaba o iniciaba su vida reproductiva, siendo, sobre todo, las mujeres jóvenes y solteras las que entraban

al mercado laboral, pero en la actualidad las cifras muestran que son más las mujeres mayores y con hijos las que laboran, situación que extiende la permanencia de las mujeres en la vida económicamente reproductiva.

Las mayores tasas de representación de las mujeres en el mercado laboral, en promedio, según INMUJER (2003) son las siguientes:

1. Edad promedio de 34.5 años
2. Escolaridad de 8.2 años
3. Con 2.5 hijos
4. Ingresos de 2.2 salarios mínimos
5. 37.4 horas de trabajo semanal en el mercado laboral
6. El 23.5 % de las mujeres ocupadas son comerciantes, vendedoras y dependientas o vendedoras ambulantes
7. El 20.2 % de las mujeres ocupadas son empleadas en servicios o trabajos domésticos
8. El 1.9% de las mujeres ocupadas son empleadoras con las siguientes características:
 - b. 51.1% de las empleadoras tienen un nivel de instrucción superior a la secundaria.
 - c. Están ubicadas principalmente en el comercio y servicios
 - d. El 20% de ellas tienen ingresos entre 5 y 10 salarios mínimos
 - e. El 86.9% tienen entre 2 y 5 empleados.
 - f. En 1998, de un total de 4.2 millones de micronegocios, el 34.2% pertenecían a una mujer.
9. Aproximadamente 4.6 millones de hogares tienen como jefa a una mujer, de las cuales 54.8% son económicamente activas, es decir, 2.5 millones de mujeres activas son jefas de hogar.
10. El 57.6% de mujeres ocupadas en el mercado laboral no cuentan con prestaciones sociales

Así, vemos que es indudable que la situación de las mujeres en la sociedad ha cambiado, que su acceso a la vida pública es un logro conquistado, que la ley ha igualado sus derechos y que su espacio de participación se ha ampliado. Sin embargo, a pesar de estos cambios persisten posiciones relativas que determinan relaciones asimétricas, principalmente, en las relaciones laborales de las mujeres. Esta persistencia, desde el aspecto simbólico, es debida principalmente a los estereotipos de género y relaciones de poder, a causa de las definiciones de la identidad femenina y masculina construida socialmente¹⁸, que legitima e institucionaliza la asignación de roles femeninos y masculinos, percibidos como un hecho natural y/o esencial que oculta su proceso de construcción social, histórica y cultural.

La mujer con su incorporación al mercado de trabajo pretende un doble objetivo: a) alcanzar una autonomía propia liberándose de la dependencia económica tradicional con relación a sus maridos o simplemente de sus parejas y b) reivindicar el reconocimiento de una existencia social pública a través de su presencia en el mercado laboral. (Prieto, Carlos, 1999)

Por otro lado, las mujeres dentro del sector micro juegan un papel importante. El crecimiento de las microempresas se debe, por una parte a las estrategias de sobrevivencia de los pobres y a partir de los noventa su número crece considerablemente. El papel que juegan dentro de la economía es de empresas subcontratadas por las empresas grandes con el fin de abaratarles los costos -y ahorrarles pérdidas por la crisis y la inestabilidad del mercado- trasladando a otras manos servicios que no quiere. Las características de estas microempresas son (González Marín (1998):

- * El 82.7% tiene uno o dos trabajadores
- * Su actividad corresponde al comercio y servicios

¹⁸ La identidad femenina no obedece a determinantes biológicos ni a “una naturaleza esencial”, sino que es producto de de un proceso de construcción social de la realidad y de mecanismos de reificación que encubren su origen histórico social dando lugar a relaciones de poder que transforman las diferencias biológicas en desigualdades sociales. (Pousadas, 2003. P. 27)

- * El 71.9% gana entre uno y dos salarios mínimos
- * El 36.4% de los trabajadores de micronegocios informales son mujeres, de las cuales el 56.7% son no asalariadas
- * El 27% de las mujeres no tienen instrucción o no terminaron la educación primaria
- * El 89% de las mujeres no están afiliadas al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)
- * El 49.9% de los micronegocios son atendidos por mujeres
- * El 12% de los trabajadores de micronegocios recibió capacitación, de los cuales el 32% son mujeres
- * El 51% de los micronegocios no tienen local
- * Del total de mujeres patronas, el 45% gana entre uno y dos salarios mínimos

De acuerdo a los datos mencionados, las necesidades económicas y de autonomía de las mujeres pueden ser resueltas, en buena medida a través de la creación de pequeñas organizaciones, como opciones organizacionales para estos sectores, donde ellas puedan participar en las decisiones sobre las formas de participación de acuerdo a sus propias necesidades.

Así vemos que a partir de la descentralización de la producción, el trabajo a domicilio ha tenido un fuerte impacto a nivel mundial, como lo muestran los resultados obtenidos en un estudio realizado por Castillo Fernández (citado por González Marín, 1998), en el que, a finales del siglo XX, el trabajo de las mujeres representaba en Alemania, Grecia, Irlanda, Italia y los países bajos entre un 90% y 95%, Francia 84%, España 75%, Reino Unido 70% y en México 46%, pero en el caso de la maquila, hasta 90%, debido a que varias empresas textiles ya no cuentan con fábricas, sino que dan a maquilar su producción.

Se puede observar que la mayoría del trabajo a domicilio es realizado por mujeres; los trabajos más realizados en el domicilio es la maquila de prendas de vestir;

trabajan para una empresa no identificada, a través de intermediarios; se trabajan jornadas intensas cuando tienen pedidos; los medios de producción son adquiridos por las trabajadoras y generalmente a crédito; algunos miembros de la familia son incorporados a la producción, principalmente las adolescentes y las niñas; se les paga a destajo siendo los salarios muy bajos.

De acuerdo con lo anterior, este tipo de trabajo, desde el punto de vista de las condiciones laborales no le reporta ningún beneficio a las mujeres, sin embargo, si se analiza desde la relación de género, podemos ver algunas ventajas, por ejemplo, reciben un ingreso controlando las relaciones de trabajo, es decir, principalmente las casadas con hijos, pueden a la vez atender la casa, los hijos y realizar su trabajo productivo, en general les da a las mujeres posibilidades de independencia ante los maridos, padres y hermanos, ya que pueden solventar sus propios gastos.

1.5.3 Mujer y organizaciones cooperativas

Pero estos cambios han abierto espacios específicos de participación de la mujer y en la modernidad la podemos ver como figura, si no central, sí participativa en diferentes niveles de la acción organizacional, social, política, cultural y laboral. Así, se puede observar que las mujeres no solo están incorporadas a la planta productiva sino que están creando sus propias formas alternativas de organizaciones, entre las que se encuentran las cooperativas pequeñas, las cuales en los últimos tiempos han tenido un crecimiento considerable, tanto en número como en su actividad que realiza. En estas organizaciones se observa cómo las mujeres pueden cubrir las necesidades de subsistencia familiar, ya sea para apoyar a la pareja o porque son cabeza de familia, incorporando nuevos valores al ámbito organizacional, es decir, combinar el trabajo en la cooperativa con el trabajo doméstico, ya que en las cooperativas la acción de sus miembros corresponde al trabajo en equipo, la cooperación y la solidaridad, características propias de la identidad de las mujeres, además de otorgarles un sentimiento de

pertenencia. Por lo que se puede considerar a las cooperativas como espacios organizacionales que facilitan el logro de su autonomía, en los que se promueve la participación real de la mujer.

Las experiencias organizacionales, expresadas en las cooperativas, han demostrado que las cooperativas en el mundo han mejorado la vida de las mujeres, pues representan una forma organizacional donde se da una convivencia democrática y una alternativa económica humanizadora en la cual las mujeres han encontrado un espacio para participar, mejores y más flexibles condiciones de empleo y, como consecuencia, un mejoramiento de la calidad de vida.

De hecho, al interior de las organizaciones cooperativas, las mujeres han tenido mayores posibilidades de adquirir una formación profesional, han tenido acceso a posiciones directivas, además de un espacio en el cual se han organizado, con frecuencia, en función de los intereses de su identidad como mujeres. Esto ha consentido una dinamización de las cooperativas para la participación de las mujeres que, a su vez, han conquistado tareas directivas en las cooperativas. Marcote comenta que:

"Fue en el ámbito de las cooperativas que miles de mujeres jefes de familia tuvieron la capacidad de desempeñar actividades productivas en el sector agrícola y en el sector informal urbano, y las cooperativas se transformaron en centros de tutela de las familias en el sector rural. En el sector agrícola, a través del desarrollo de actividades como la cría de animales pequeños y la producción agrícola; en el sector urbano, a través de actividades de artesanía, de preparación y conservación de mercancías, y de consumo. Muchas mujeres están asociadas o trabajan también en cooperativas de crédito, de servicios y de seguros, y en muchos casos desempeñan funciones de dirección." (Marcote, 2000:4)

En el cuadro 10, de acuerdo con el estudio de campo de Rojas Herrera (2003), se observa que del total de cooperativas de su muestra en el Distrito Federal, el 61.3% son cooperativas cuyos socios son hombres, el 31.2% son cooperativas conformadas por hombres y mujeres, es decir son mixtas y, tan solo el 8.5% del total son cooperativas de mujeres. Como se puede observar, a pesar que en el discurso cooperativista se señala como punto importante la necesaria participación de las mujeres en las cooperativas, de acuerdo a los datos presentados en el cuadro 10, la participación de la mujer en organizaciones cooperativas, en las ciudades, es reducida. En las zonas rurales, en los últimos tiempos, la participación de la mujer en pequeños grupos productivos, que posteriormente se convierten en cooperativas, ha ayudado al desarrollo de las localidades¹⁹.

Cuadro 10 Cooperativas de producción y de consumo según género en el Distrito Federal en 2002								
Giro de las Cooperativas	Género							
	Mujeres		Hombres		Mixtas		Total	
	#	%	#	%	#	%	#	%
Cooperativas de producción								
Cine y medios audiovisuales	2		6		1		9	
Comercialización y producción agropecuaria	0		3		2		5	
Industria metal-mecánica	0		7		2		9	
Bienes y servicios de limpieza	0		6		5		11	
Artesanales	2		6		0		8	
Industria alimenticia y gastronómica	0		6		2		8	
Transporte de carga y pasajeros	0		1		1		2	
Industria gráfica y publicaciones	1		1		0		2	
Servicios profesionales	0		6		3		9	
Industria textil	0		7		0		7	
Subtotal	5	4.7%	49	46.2%	16	15.1%	70	66%
Cooperativas de consumo								
Vivienda	2		1		4		7	
Ahorro y préstamo	0		2		2		4	
Estibadores	0		5		0		5	
Abasto	2		8		10		20	
Subtotal	4	3.8%	16	15.1%	16	15.1%	36	34%
Total	9	8.5%	65	61.3%	32	30.2%	106	100%

Fuente: Elaboración Propia con datos de Rojas Herrera (2003)²⁰

¹⁹ En Guatemala miles de proyectos del gobierno hacia las mujeres viven y se mantienen gracias a la fórmula cooperativa, en Países como Nicaragua y El Salvador, las cooperativas representan núcleos de protección y supervivencia para las mujeres. (Marcote, 2000). En México se pueden observar el crecimiento de pequeños grupos cooperativos en el sector rural, algunos ejemplos: Cooperativa Zona de Comercio Justo.

²⁰ El trabajo de campo realizado por Rojas Herrera Juan José (2003), en su investigación "Las cooperativas en México", considera 106 cooperativas ubicadas en el Distrito Federal, que son las

Es en el contexto de las organizaciones cooperativas donde se reflexiona acerca de la participación de las mujeres en las organizaciones, ya que de acuerdo a los principios y valores cooperativos, no debe haber obstáculos para las prácticas participativas dentro del cooperativismo. Pousadas (2003:8), en su investigación sobre género y cooperativas plantea la siguiente pregunta: ¿Porqué la participación femenina en las cooperativas es restringida en calidad y cantidad, a pesar de que los valores y principios cooperativos promueven la inclusión de las mujeres en un plano de igualdad?

Se puede argumentar al respecto, que las prácticas participativas de las mujeres en las cooperativas están atravesadas por la cultura patriarcal dominante imperante en la sociedad. La participación de la mujer, como se observa en el cuadro 10, muestra una presencia minoritaria y una escasa participación en los puestos de gestión en las zonas urbanas. Entendiendo que la cultura organizacional, además de ser un espacio de representación es de reproducción, que alberga modalidades de conducta, donde está presente la lucha, el conflicto, por los estereotipos de género que producen y reproducen la discriminación femenina, donde entran en contradicción los principios y valores cooperativos, basados principalmente en la participación democrática y la solidaridad. Por lo que se debe buscar una simetría entre los valores y principios cooperativos y las prácticas, ya que si se considera a las organizaciones cooperativas como transformadores de su localidad social, debe haber una coherencia entre los principios y valores cooperativos y las prácticas participativas concretas.

que pudo localizar, ya que como el lo menciona: es muy difícil ubicarlas, ya que no existe un organismo oficial que cuente con los datos exactos del número de cooperativas existentes en México. De acuerdo a la legislación, los organismos encargados son la Secretaría de Economía y la Secretaría de Desarrollo Social, pero ninguna de las dos cuenta con un registro formal, por lo que se apoyó en Uniones y Federaciones cooperativas del Distrito federal y ahí solo cuentan con un padrón de las cooperativas afiliadas.

1.6 Formas de organización

A partir de la década de los setenta se inicia una discusión en torno a los modelos de organización en donde se cuestiona el modelo burocrático que por tradición había dominado en la teoría de la organización y en la sociedad moderna. Esta discusión trajo consigo gran cantidad de estudios sobre las diferencias entre modelos organizacionales. A continuación se presentan algunos de estos estudios, estableciendo las características principales y las diferencias de las formas de organización presentadas en dichos trabajos.

1.6.1 Organizaciones premodernas

En las organizaciones preindustriales, las actividades productivas y el trabajo en casa no estaban separados. La producción se llevaba a cabo en la casa o en un lugar próximo, este trabajo era artesanal. Las familias, los parientes cercanos y los vecinos proveían la mayoría de las necesidades, alimento, instrucción de los niños, trabajo y las actividades de ocio (Guiddens, 1992:307).

El taller se instala donde el obrero establece su morada, por lo que las manufacturas eran débiles e inestables, ya que estaban obligadas a desplazarse a donde hubiera obreros hábiles.

Después de la disolución de los gremios, se *guarda el oficio como patrimonio familiar, sólo transmitido a la descendencia*, (Coriat, 1982). Durante cerca de treinta años, 1792-1820, los herreros de Doulevant, en Inglaterra, pertenecen a las cuatro mismas familias. El obrero de oficio, heredero de los secretos del gremio, sigue siendo la figura necesaria de la manufactura, la industria en su conjunto depende de él.

A causa de los estragos de la guerra civil, en 1863, se cierran las manufacturas, arrojando a la miseria a miles de obreros, por lo que reclaman el derecho a emigrar. Petición que les es denegada, por lo que se quedaron donde estaban,

como exigía su valor; a esta forma de encierro le llaman “*workhouse moral*”. Para los fabricantes era esencial conservar de manera estable al obrero y su oficio.

El oficio se vuelve un obstáculo para la acumulación de capital, los manufactureros lamentan la escasez e indisciplina de las fuerzas de trabajo, por lo que existe un fuerte deseo de trabajo más barato y servicial, de una clase a la que el capitalista pueda fijarle las condiciones, en vez de tener que aceptar las que le dictan. El obrero y su oficio se vuelven un obstáculo para el desarrollo del capital, no solo por su escasez, sino por el dominio de un oficio, de un saber de fabricación.

Surgen entonces una serie de prácticas pretayloristas de lucha contra el oficio, entre las que se encuentran: la máquina, el niño y el destajista, donde el papel más importante lo desempeña el destajista.

Con la máquina se hace más productivo el trabajo, además de que sirve de instrumento de regularización y sometimiento de los trabajadores. El trabajo especializado puede ser suprimido y suplantado por simples vigilantes de máquina, por lo que el obrero se ve obligado a desplazarse a centros industrializados donde el capital todavía no ha impuesto su ley de bronce, por lo que la movilidad es todavía un punto de resistencia del obrero.

Conjuntamente con las máquinas, los fabricantes se decantan por la contratación de niños de “ojos vivos” y “manos ágiles” (Coriat, 1982). El discurso de los fabricantes para contratar niños está referido hacia una necesidad técnica, por la fineza de sus manos, la baja estatura, lo que hace de ellos los más aptos para realizar ciertos trabajos. Además de pagarles poco salario, les permite suprimir el peligro de la “holganza” de los obreros adultos, fuerza de trabajo dócil, se le puede retener en el lugar de manufactura en forma permanente. Asegurando así la secuencia del flujo industrial, ya que la continuidad y la disciplina no pueden obtenerse del obrero adulto.

Como ni la máquina, ni el trabajo de los niños suplen todo y el oficio sigue siendo un paso obligado en muchas labores, el destajo fue una de las fuerzas más eficaces para acabar con el oficio. El destajista, llamado también subcontratista, se parece al obrero de oficio. Este método se agota hasta más tarde, cuando los mercados permiten a la gran industria y a la producción en serie sentar su hegemonía sobre una base estable, momento en que se le ve como una base demasiado reducida y frágil para la acumulación de capital. Surge la administración científica con Taylor, como respuesta tanto tiempo buscada por el capital, para limitar y reducir la resistencia opuesta por el obrero de oficio y asegurar la expansión a gran escala, estableciéndose el cambio en la composición de la clase obrera americana.

En el cuadro 11, se muestran las características más importantes del oficio y el destajista.

Cuadro 11. Características del oficio y el destajo	
	Características
Oficio	<ul style="list-style-type: none"> ▶ El maestro cuenta con ayudantes y aprendices. ▶ Es emigrante. ▶ Se encuentra refugiado en su oficio. ▶ Defensor y vigilante de su oficio. ▶ Está orgulloso de sus secretos.
Destajista (Hombre de oficio)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Organizador del trabajo. ▶ Contratista de mano de obra. ▶ Se encarga de la contratación, pago, organización del trabajo y vigilancia, para los capitalistas en un método eficaz de control. ▶ Administra por cuenta del empresario ▶ Por lo que la empresa se encuentra en forma dividida.
Fuente: Elaboración propia con base en Coriat, 1982	

1.6.2 Organizaciones burocráticas

La Burocracia se constituye como la forma de organización propia de la sociedad capitalista, de acuerdo con Weber (1970), la burocracia es la forma más racional de ejercer la dominación, sus características son las siguientes:

1. Reglas técnicas o normas
2. División del trabajo
3. Jerarquía administrativa
4. Separación entre cuadro administrativo y medios de administración y producción
5. No existe apropiación del cargo de parte de quien lo ejerce
6. Ejercicio o continuidad de funciones
7. Calificación profesional que fundamenta el nombramiento

Con estas características de la burocracia expresadas por Weber (1970), se desarrolla una teorización con la finalidad de mejorar o perfeccionar este modelo de organización, ya que se partía de la convicción de que era el modelo ideal para la sociedad moderna. Sin embargo, la no-correspondencia entre el modelo teórico de la burocracia con la realidad, da origen al cuestionamiento de sus principios.

Henry Mintzberg (1993), establece una tipología de las organizaciones, donde propone cinco configuraciones, en las que instituye un conjunto de relaciones estrechamente interdependientes:

1. Estructura Simple, donde el mecanismo de coordinación es la supervisión directa por parte del directivo, quien tiene un alto grado de centralización vertical y horizontal, con una mínima tecnoestructura, poco soporte de asesoría, baja división del trabajo, mínima diferencia entre las unidades organizacionales y una pequeña jerarquía gerencial. Hace uso mínimo de la planeación y del entrenamiento y su comportamiento está minimamente formalizado.

2. Máquina Burocrática. El mecanismo de coordinación es la normalización de los procesos de trabajo, lo que permite una descentralización horizontal limitada. Cuenta con una alta especialización y tareas rutinarias de operación, tiene unidades de gran tamaño en el ámbito operativo y confianza en las bases de los grupos de trabajo. Existe una proliferación de reglas, regulaciones y comunicaciones escritas a través de la organización, cuenta con una relativa centralización de la toma de decisiones y una estructura administrativa con una clara distinción entre línea y staff.
3. Burocracia profesional. La estructura de este tipo de organización es esencialmente burocrática, pero con un alto grado de descentralización vertical y horizontal. La coordinación se realiza a través de la normalización de habilidades mediante el entrenamiento y el adoctrinamiento de operarios altamente profesionalizados y con un considerable control sobre su propio trabajo.
4. Forma Divisional. Esta configuración contempla el agrupamiento de otras unidades (máquina burocrática o burocracia profesional), cada una opera como una unidad cuasi autónoma, libre de la necesidad de coordinarse con las otras, aquí los directivos divisionales cobran importancia. La cúspide estratégica está representada por una controladora que utiliza como mecanismo de coordinación la normalización de resultados dentro de una descentralización vertical limitada de las unidades que la componen.
5. Adhocracia, Está configuración se refiere al tipo de organizaciones que están estructuradas de manera altamente orgánica con poca formalización de la conducta, alta especialización horizontal del trabajo basada en un entrenamiento formal.

1.6.3 Organizaciones flexibles

Entre las primeras expresiones de estas limitaciones de la forma burocrática de organización, se puede encontrar en los modelos emergentes de organización que producían una mayor eficiencia y eficacia. Así, en la década de los setenta en la que se consolida Japón como una potencia económica, se convierte en centro de atención para conocer las particularidades de sus organizaciones. Estudios comparativos entre empresas americanas y japonesas demuestran las grandes diferencias entre su estructura y procesos. Con ello se inicia una diversidad de estudios sobre las formas alternativas de organización.

Así, por ejemplo, Heydebrand (1989) en su artículo *"New organizational forms"*, analiza cómo surgen nuevas formas organizacionales en la era del capitalismo industrial, cómo pueden ser identificadas y cómo se puede explicar su emergencia. Su hipótesis consiste en que las nuevas formas organizacionales surgen en formas identificables y que son el resultado de la transición del capitalismo industrial al posindustrial. Esta época de transición está marcada por la turbulencia ambiental, el rápido cambio, el incremento de la complejidad y la incertidumbre y las condiciones de crisis permanente.

Como se puede observar Heydebrand aprecia con agudeza que los cambios contextuales inciden en la configuración de las organizaciones, dicha influencia pone en duda los planteamientos deterministas sobre el modelo burocrático de organización planteados por la Teoría de la Organización convencional.

A partir de lo anterior, Heydebrand define a las nuevas formas de organización con base en seis variables estructurales, relacionadas con el poder de la fuerza humana, para hacer énfasis en la concepción antropocéntrica o socio-céntrica, tanto como en la tecnocrática de la estructura organizacional. Estas seis variables se presentan en el siguiente cuadro de manera resumida:

Cuadro12 Variables estructurales	
VARIABLES	CONCEPTO
Tamaño de la fuerza de trabajo	Las variaciones en el tamaño organizacional están asociadas con diversos aspectos de la estructura de la organización.
Objeto de trabajo	Las organizaciones difieren con respecto a si producen bienes o prestan servicios, manipulan símbolos a través del procesamiento de la información y de la toma de decisiones.
Medios de producción	La naturaleza de las herramientas, los instrumentos o las máquinas usadas y el tipo de tecnología o el grado de complejidad tecnológica usada en la producción, sirven de base para clasificar las formas organizacionales.
División de trabajo	La naturaleza y grado de división técnica del trabajo están relacionados con la tecnología. Una división del trabajo específica puede ser causa y consecuencia de un a forma particular de coordinación y control.
Control del trabajo	La medida de la naturaleza del poder, autoridad, coordinación y control, gerencial en el proceso de trabajo, permite una evaluación para que la tecnología extendida y la división del trabajo sirvan a las funciones de control.
Propiedad y control	Se vincula a las relaciones sociales de producción en el nivel institucional y de la sociedad, con lo que se puede explicar la reaparición del clan, neopatrimonial, flexible informal, descentralizado y las relaciones integradas culturalmente en las nuevas organizaciones.

Fuente: Elaboración propia con base en Heydebrand (1989)

Como se puede observar en el cuadro 12, Heydebrand demuestra con las variables el alto grado de ambigüedad que domina en las organizaciones, dicha ambigüedad se expresa en la naturaleza diferenciada de estas formas que cuestionan los principios del modelo burocrático que los teóricos tradicionales proponen a través de sus obras.

De esta manera, Heydebrand incorpora a la discusión la coexistencia de diferentes modelos organizacionales al realizar el análisis de treinta permutaciones de las seis variables estructurales señaladas anteriormente. El autor establece cinco ejemplos de nuevas formas organizacionales, que se muestran en el cuadro 13:

Cuadro 13 Nuevas formas organizacionales	
Formas Organizacionales	Concepto
Organización Innovadora	Esta organización está basada en el conocimiento.
Mercados y las Jerarquías	Especialmente referidas a los cambios de los costos de transacción.
Nichos, Fronteras y Formas	Desde la perspectiva de la ecología poblacional y el institucionalismo, se pueden apreciar gran cantidad de formas de organización (contexto organizacional complejo y turbulento).
Isomorfismo Institucional	El isomorfismo institucional que comparten las organizaciones y su medio ambiente está orientado a la homogenización y a la desaparición de fronteras entre ellas, lo cual puede traer como consecuencia positiva la reducción de la turbulencia ambiental.
Del Clan a la Adhocracia	Estructuras de las nuevas formas de control en las organizaciones posindustriales.
Fuente: Elaboración propia con base en Heydebrand (1989)	

Con esta aportación, Heydebrand establece una forma de organización denominada posburocrática, que sin perder los rasgos esenciales del modelo burocrático, como por ejemplo, las reglas, la coordinación, la división del trabajo, incorpora características que son ajenas a este modelo burocrático, como la flexibilidad, la participación y el conocimiento, entre otros.

Por otra parte, autores como Gergen y Thatchenkey (1996), enriquecen este debate sobre la diversidad de modelos organizacionales, partiendo de tres aspectos críticos propios de la organización moderna que son: 1) Órgano o identidad nacional, 2) conocimiento empírico y 3) lenguaje como representación; incorporan al debate de la Teoría de la Organización una visión posmoderna. Desde esta perspectiva, establecen el tránsito de la racionalidad individual propia de la visión moderna a una racionalidad colectiva, desde la posmodernidad. En el mismo sentido, hacen un análisis comparativo entre el método empírico propio de una visión moderna y la construcción social desde la visión posmoderna. Por último consideran, desde su propia visión, al lenguaje como una acción social.

A continuación se presenta el cuadro 3, con las características de las organizaciones premodernas, modernas y posmodernas:

Cuadro 14			
Características de Formas organizacionales			
Características	Organizaciones Premodernas	Organizaciones Modernas	Organizaciones Posmodernas
Concepción	Saber-hacer (oficio)	Teoría	Práctica-discurso
Arreglo estructural	Patrimonialista	Orden-Jerarquía	Simbólica-participante
Estructura	Informal	Formal/rígida	Formal/informal/flexible
Poder	Carisma/tradición	Control	Autocontrol
Control	Personal	Impersonal	Colectivo
Bases		Procesos-estructuras	Conocimiento
Medios	Tradición	Manuales	Grupos autónomos
Producción	Unitaria/artesanal	Masa/cantidad	Sectorial/cantidad-calidad
Motivación	Creencia	Satisfacción	Compromiso
Plazo	Corto	Largo	Corto/largo
Relaciones	Colectivas	Jerárquicas	Semidemocráticas
Organización industrial	Reducida	Dualidad	Integración
Estado	Inventor	Regulador	Desarrollador
Racionalidad		Formal	Sustantiva
Recompensas		Económicas	Simbólicas
Objetivos		Utilidad	Expansión
Tiempo	Original	Secuencial	Acumulativo
Espacio	Etnocentricidad	Funcional/cerrado	Reducido/abierto
Trabajador	Artesano calificado	Obrero descalificado	Obrero polivalente
Productor	Artesano	Obrero especializado	Obrero polivalente
Producto	Útil, de calidad y Estético	Útil, de calidad y no necesariamente estético	Útil, de calidad y estético
Consumo	Individual	Masa	Sectorial
Control de calidad	Artesanal	Secuencial y final	Integral
Definición de la calidad	Individual (Artesano)	Departamental (departamento de producción y/o de calidad)	Colectivo (obreros, jefes y clientes)
Método de Control de Calidad	Empírico	Control Estadístico	Calidad Total Cliente
Relación	Artesano y producto	Producto	Obrero y producto

Fuente: Con base en Barba (2002) y modificado por el autor

Como se observa, el estudio de las organizaciones es complejo ya que existen diversos modelos de organización, cada uno con sus formas particulares de organización, pero si agregamos la variable tamaño, su estudio se hace cada vez más complejo. En el siguiente apartado tratamos sobre la estratificación de las

organizaciones con respecto al número de trabajadores, resaltando las características de las organizaciones pequeñas, principalmente las cooperativas.

1.6.4 Organizaciones pequeñas

La diversidad y complejidad adquirida por las organizaciones, constituye uno de los aspectos característicos de nuestra época, siendo así como a través de una serie de factores de influencia general, se conforman organizaciones grandes, medianas, pequeñas y micro, en los diferentes sectores de nuestra sociedad.

Las micro, pequeñas y medianas organizaciones tienen gran importancia en la economía, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. Representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado, tienen a su vez gran importancia en el desarrollo local y contribuyen a elevar el nivel de vida de los habitantes; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desarrollo al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales; de hecho, en términos numéricos, en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), representan en promedio el 95% del total de empresas, mientras que en América Latina las cifras oscilan entre 95% y 99%. En el contexto internacional, se puede afirmar que aproximadamente, el 95% de las unidades económicas totales está conformado por las MPYMES²¹ (INEGI, 2006).

En Latinoamérica la pequeña organización, junto con la micro, son el principal sustento de los pueblos y la principal fuente de ingresos de la población económicamente activa²², generando el porcentaje mayor de empleos en comparación con las organizaciones medianas y grandes, no así su aportación al producto interno bruto y al desarrollo de los países, debido a que enfrentan una

²¹ Aunque en los países desarrollados no se habla de microempresas, las engloban en las empresas pequeñas.

²² Representan el 95% del total de empresas.

problemática amplia y cada vez más compleja lo que limita su crecimiento y desarrollo, amenazando su supervivencia (Anzola, 2004).

Las organizaciones pequeñas poseen una serie de características que las distinguen, Rodríguez (1980) y Anzola (2004) citan las siguientes:

- * Administración independiente, usualmente dirigida y operada por el dueño.
- * Capital de la organización suministrado por el propietario.
- * Área de operaciones principalmente local²³, los propietarios y empleados se encuentran en la misma localidad.
- * Cuentan con un mercado limitado debido a su reducido campo de influencia (sólo local), además de tecnología de bajo nivel.
- * Cuentan con una adaptación alta ante los cambios bruscos del contexto.
- * Los fondos se originan por inversiones o aportaciones del propietario, familiares y amigos.
- * El crecimiento de la organización se genera principalmente a través de la reinversión de sus utilidades.

1.6.4.1 Estratificación de las organizaciones

Los criterios para clasificar a la micro, pequeña y mediana organización son diferentes en cada país, de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos.

²³ Debido a la globalización, cada día hay más pequeñas organizaciones que exportan sus productos, sin que el número sea realmente relevante.

En el cuadro 4, se muestra la estratificación de las empresas en México, para fines estadísticos²⁴. Para fines legales y administrativos, los criterios a utilizar para identificar a las PYMES, de acuerdo a la Unión Europea y a la OCDE, son las variables de personal ocupado, ventas anuales y los resultados de la hoja de balance anual, para fines estadísticos se considera únicamente el personal total que labora en dichos establecimientos. Otras naciones europeas clasifican las PYMES en función del personal ocupado y las ventas anuales, como es el caso de Hungría y Moldavia; y algunos más, entre los que podemos destacar a España, Holanda y Francia, definen estas empresas utilizando exclusivamente el criterio de personal ocupado. En el caso particular de los Estados Unidos, el criterio de clasificación en la mayor parte de las empresas es el personal ocupado, excepto en algunas actividades económicas poco productivas, en las que los ingresos anuales determinan aquellas que deben considerarse como pequeñas y medianas (INEGI, 2006).

Con respecto a la estratificación de las PYMES, de acuerdo al criterio estadístico, diversas organizaciones e instituciones presentan una concepción heterogénea, ya que esta clasificación tiene que ver con características políticas y económicas de cada país, razón que hace imposible obtener una definición universal para su estratificación, de acuerdo al personal ocupado. INEGI (2006), presenta los datos de diferentes organismos con esta variedad de estratificación, los cuales se muestran en el cuadro 15.

²⁴ La clasificación se realizó con datos de Estratificación de Empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2002.

Cuadro 15.		
Diversas clasificaciones del tamaño de las empresas, en función del personal ocupado		
Institución	Tamaño de la empresa	
	Pequeña	Mediana
Unión Europea y la OCDE	10 - 49	50 - 250
Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos de Francia	50 - 250	251-1,000
Small Business Administration (Estados Unidos)	Hasta 250	251 - 500
Comisión Económica para América Latina, (CEPAL)	5 - 49	50 -250

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2006

En México el INEGI, para la estratificación de las unidades económicas se basa en el total de personal ocupado que reportaron dichas unidades económicas; y, el criterio utilizado para delimitar los estratos en micro, pequeño, mediano y grande está basado en lo establecido por el Diario Oficial de la Federación del 30 de diciembre de 2002. En el cuadro 16, se presenta la estratificación de las empresas.

Cuadro 16.			
Clasificación de las unidades económicas²⁵ por el número de empleados			
Tipo de organización	SECTOR		
	Industria	Comercio	Servicios
Micro	1 a 10	1 a 10	1 a 10
Pequeña	11 a 50	11 a 30	11 a 50
Mediana	51 a 250	31 a 100	51 a 100
Grande	Más de 251	Más de 101	Más de 101

Fuente: Elaboración Propia, con base en INEGI, 2006

La importancia de las organizaciones pequeñas pueden medirse por el número de personal ocupado, el número de establecimientos, el capital invertido, el valor de producción, el valor agregado, así como la capacidad de compra que dan a la población trabajadora mediante sueldos y salarios. El Instituto Nacional de

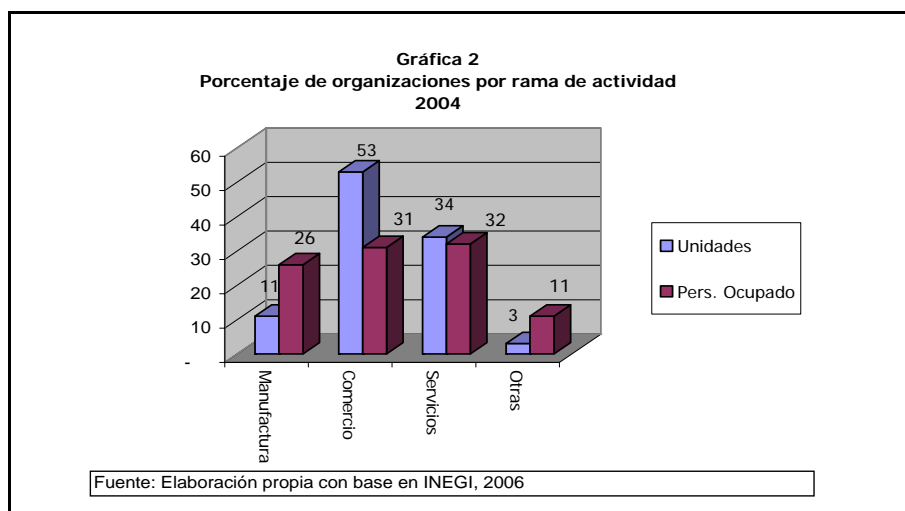
²⁵ En los Censos Económicos se denomina de manera genérica *unidad económica*, a todo tipo de unidad de observación. por lo que, cuestiones prácticas, en las publicaciones de INEGI se utiliza de manera equivalente los términos unidad económica, establecimiento, empresa o negocio. (INEGI, 2006).

Estadística, Geografía e Informática (INEGI), en los censos de 2004, publicados en 2006, enuncian los principales aspectos donde las organizaciones pequeñas desempeñan un papel importante en la economía de México. Según los resultados de los Censos Económicos 2004, en 2003 había en México 3'500,157 unidades económicas que realizaron alguna actividad económica objeto de censo, en las cuales laboraron 16'239,536 personas.

Actividad económica	Unidades económicas		Personal ocupado	
	Número	%	Número	%
Industria Manufacturera, Comercio y Servicios	3'402,152	97.2	14'404,468	88.7
Industria Manufacturera	328'718	10.9	4'198,579	25.9
Comercio	1'580,587	52.6	4'997,366	30.8
Servicios	1'013,743	33.7	5'215,808	32.1
Otras Ramas	98,005	2.8	1'835,068	11.3
Construcción	13,444	0.4	652,387	4.0
Transportes, correos y almacenamiento	41,899	1.4	634,940	3.9
Electricidad, agua y gas	2,437	0.1	221,335	1.4
Pesca y acuicultura Animal	21,252	0.7	196,481	1.2
Minería	3,077	0.1	122,640	0.8
Total	3'500,157	100	16'239,536	100

Fuente: Elaboración propia con base en datos de INEGI, 2006

En el cuadro 17 se muestran los resultados por actividad y en la gráfica 2 se muestran los porcentajes correspondientes.



En el cuadro 18 se muestra, según el tamaño, el porcentaje de organizaciones, de personal ocupado total, así como las remuneraciones y los activos fijos de cada estrato.

Cuadro 18					
Características de las organizaciones por tamaño, según el personal ocupado, remuneraciones y activos fijos en 2004					
Tipo de organización		% de organizaciones	% de personal	% de remuneraciones	% Activos fijos
Tamaño	No. Emp.				
Industria Manufacturera					
Micro	0-10	90.9	42.1	3.9	3.7
Pequeña	11-50	6.0	10.3	7.1	4.7
Mediana	51-250	0.8	16.1	19.2	18.1
Grande	+ 250	0.2	27.1	69.8	73.6
Total		100	100	100	100
Comercio					
Micro	0-10	97.0	62.1	24.0	41.4
Pequeña	11-30	2.1	11.2	19.1	14.
Mediana	31-250	0.6	10.3	21.5	14.3
Grande	+ 250	0.2	16.5	35.4	30.4
Total		100	100	100	100
Servicios					
Micro	0-10	94.7	42.2	10.8	28.3
Pequeña	11-30	4.3	17.2	13.2	13.1
Mediana	31-250	0.5	7.0	7.6	6.4
Grande	+ 250	0.5	33.6	68.4	52.2
Total		100	100	100	100
Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2006					

La pequeña organización, de acuerdo a los datos presentados en el cuadro 18, tiene mayor participación por el número de unidades, en el sector de la industria manufacturera con el 6%, siguiéndole el sector de servicios con el 4.3% y con el 2.1% en el sector comercio. Las microempresas tienen mayor ingerencia en el sector comercio con el 97% de participación.

La importancia social de la organización pequeña se halla en su capacidad para generar empleos y crear y capacitar la mano de obra, además de que contribuye a elevar el nivel de ingresos de la población al iniciar una actividad empresarial en

pequeña escala siendo un mecanismo de captación de ahorros para hacerlos productivos, elevando con su desarrollo el nivel de vida de la localidad.

Por lo que es necesario estudiar más a fondo a la organización pequeña, para identificar su comportamiento real, su diversidad problemática y la forma de enfrentarla, ya que por ser pequeña no deja de ser compleja.

1.6.5 Organizaciones cooperativas

Luis Inostroza (1989), comenta que una de las formas de reactivación de las economías de los países en vías de desarrollo es utilizar el cooperativismo para promover su reactivación, aprovechando su experiencia a través del desarrollo del sector social y sus organizaciones, dentro de las cuales se encuentran las empresas cooperativas, como alternativas de creación de oportunidades de trabajo, así como la expansión del capital y aumento de la producción de pequeñas organizaciones.

1.6.5.1 Antecedentes

El movimiento cooperativo iniciado en Rochdale, Inglaterra ha tenido influencia en toda Europa, América del Norte y América del Sur, África, Australia y algunas partes de Asia y aunque parte de tres principios básicos -a) un hombre, un voto, b) servicio y c) no ganancias, es decir, distribución de dividendos entre los miembros de la organización, de acuerdo con el volumen de participación- ha tenido, sin embargo, papeles distintos en las diferentes partes del mundo. En Europa ha tenido altos resultados positivos en las poblaciones urbanas, en Estados Unidos y Canadá, la área donde ha dado tenido más efectos positivos es en el campo, en tanto que en Latinoamérica se ha promovido entre la clase media de las ciudades y en los proyectos de colonización de las zonas rurales. El cooperativismo nace del socialismo humanitario para contrarrestar los efectos de la gran industria y la comercialización sobre la clase trabajadora con base en la

asociación y la cooperación en los sentidos social y económico. (Luna, 1977). Así, comenta Luna (ibídem), con la aparición de la gran industria, la cual ejerce una presión excesiva sobre la clase trabajadora, nace la cooperativa moderna²⁶.

Consideramos que el movimiento cooperativo en las últimas décadas no logró alcanzar su madurez, debido a que sus principios fundamentales se contraponen a los principios de la economía capitalista, sin embargo, los procesos de globalización de las economías que se están viviendo han tenido consecuencias negativas en las clases marginadas, principalmente de los países latinoamericanos, por lo que la implementación de pequeñas organizaciones sociales puede ser parte de la solución del gran deterioro que sufren estos sectores de la economía.

El cooperativismo mexicano se inicia en el siglo XIX, apoyado en la ideología y filosofía de los grupos socialistas utópicos y anarquistas europeos. La primera iniciativa de formación cooperativa en México tuvo como principios la cooperación y la ayuda mutua, directamente vinculado al movimiento campesino y al movimiento obrero, su normatividad tiene una connotación clasista y sindicalista. El cooperativismo americano internamente se vio influido por las formas de trabajo colectivo y las formas de cooperación de las comunidades indígenas y de los calpullis²⁷ (Inostroza, 1989)

²⁶ Se puede observar como en las últimas dos décadas quienes han adoptado el sistema de cooperativas han sido pequeños grupos marginados, principalmente de mujeres, como respuesta a sus necesidades de sobrevivencia.

²⁷ La mayoría de los autores revisados coinciden en esta apreciación, es decir, que los calpullis de alguna forma son los orígenes del cooperativismo en nuestro país. Las características principales de los calpullis –forma de organización de la propiedad agraria de los pueblos indígenas, prevaleciente a la llegada de Hernán Cortés- entre otras, son: la nuda propiedad de las tierras le pertenecía a éste, pero el usufructo de las mismas a las familias, siendo transferido de padres a hijos, debiendo permanecer en el barrio al que pertenecía la parcela usufructuada. En todo tiempo, solo los que descendían de los habitantes del calpulli podían gozar de la propiedad comunal, la tierra del calpulli constituía la propiedad privada de los indígenas (Mendieta y Núñez, Lucio, “El problema agrario de México”, citado en Rojas Coria, 1984:48)

1.6.5.2 Definición de organización cooperativa

En el Artículo 2º de la Ley General de Sociedades Cooperativas (LGSC) se define a éstas como:

“una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción y consumo de bienes y servicios...” (LGSC; 1994)

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2005) define a la cooperativa como una asociación de personas que se agrupan voluntariamente para lograr un objetivo común, mediante la formación de una empresa controlada democráticamente, que aportan una cuota equitativa del capital que se requiere y aceptan una justa parte en los riesgos y beneficios y en cuyo funcionamiento los socios participan activamente.

Por su parte, la *International Co-operative Alliance* da la siguiente definición de cooperativa:

“Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada” (ACI, 1995).

La nueva Declaración de Identidad Cooperativa adoptada por la II Asamblea General de la ACI -realizada en el mes de septiembre de 1995 en la ciudad de Manchester, en oportunidad de la celebración del Centenario de la Alianza- incluye una nueva definición de cooperativa y una revisión de la formulación de los Principios y Valores Cooperativos. La nueva formulación mantiene la esencia de un sistema de principios y valores que demostró ser eficiente en más de 150 años

de historia y contribuyó a transformar al cooperativismo en una de las mayores fuerzas sociales y económicas a nivel mundial, a la vez que incorpora nuevos elementos para una mejor interpretación del momento histórico actual (ACI, 1995).

La constitución de las sociedades cooperativas se realiza basándose en los apartados que marca los artículos 11 y 12, de la Ley General de Sociedades Cooperativas vigente. (LGSC, 2006). En el cuadro 19 se presentan los apartados correspondientes:

Cuadro 19. Constitución de las sociedades cooperativas. Artículo 11 y 12, de la Ley General de Sociedades Cooperativas, 1994. (LGSC, 2006).	
Artículo 11 De acuerdo con:	Artículo 12 Acta constitutiva de acuerdo a la Asamblea General, que contendrá:
I. Se reconoce un voto por socio, independientemente de sus aportaciones;	I. Datos generales de los fundadores;
II. Serán de capital variable;	II. Nombres de las personas que hayan resultado electas para integrar por primera vez consejos y comisiones, y
III. Habrá igualdad esencial en derechos y obligaciones de sus socios e igualdad de condiciones para las mujeres;	III. Las bases constitutivas. Los socios deberán acreditar su identidad y ratificar su voluntad de constituir la sociedad cooperativa y de ser suyas las firmas o las huellas digitales que obran en el acta constitutiva, ante notario público, corredor público, juez de distrito, juez de primera instancia en la misma materia del fuero común, presidente municipal, secretario o delegado municipal del lugar en donde la sociedad cooperativa tenga su domicilio.
IV. Tendrán duración indefinida, y	
V. Se integrarán con un mínimo de cinco socios.	
Fuente: Elaboración propia con base en LGSC, 2006	

Asimismo a partir del momento de la firma de su acta constitutiva, las sociedades cooperativas contarán con personalidad jurídica, tendrán patrimonio propio y podrán celebrar actos y contratos, así como asociarse libremente con otras para la consecución de su objeto social. El acta constitutiva de la sociedad cooperativa de que se trate, se inscribirá en el Registro Público de Comercio que corresponda a su domicilio social (LGSC, 2006).

La LGSC (2006)²⁸, determina las distintas clases y categorías de sociedades cooperativas que forman parte del Sistema Cooperativo, asimismo, la LGSC en diferentes artículos describe cada tipo de sociedad cooperativa, los cuales se describen en el cuadro 20:

Cuadro 20. Clasificación de las cooperativas, de acuerdo a su actividad.		
Tipos de cooperativas Artículo 21	Actividades por tipo de cooperativa	Requisitos que deben observar las cooperativas
De consumidores de bienes y/o servicios	Artículo 22.- Son sociedades cooperativas de consumidores, aquéllas cuyos miembros se asocian con el objeto de obtener en común artículos, bienes y/o servicios para ellos, sus hogares o sus actividades de producción.	Artículo 23.- Las sociedades cooperativas de consumidores, independientemente de la obligación de distribuir artículos o bienes de los socios, podrán realizar operaciones con el público en general siempre que se permita a los consumidores afiliarse a las mismas en el plazo que establezcan sus bases constitutivas. Artículo 26.- Las sociedades cooperativas de consumidores podrán dedicarse a actividades de abastecimiento y distribución, así como a la prestación de servicios relacionados con la educación o la obtención de vivienda.
De productores de bienes y/o servicios	Artículo 27.- Son sociedades cooperativas de productores, aquéllas cuyos miembros se asocian para trabajar en común en la producción de bienes y/o servicios, aportando su trabajo personal, físico o intelectual. Independientemente del tipo de producción a la que estén dedicadas, estas sociedades podrán almacenar, conservar, transportar y comercializar sus productos, actuando en los términos de esta Ley.	Artículo 29.- En las sociedades cooperativas de productores cuya complejidad tecnológica lo amerite, deberá haber una Comisión Técnica, las funciones de la Comisión Técnica se definirán en las bases constitutivas. Artículo 65.- Las sociedades cooperativas de productores podrán contar con personal asalariado, cuando: I.- Cuando las circunstancias extraordinarias o imprevistas de la producción o los servicios lo exijan; II.- Para la ejecución de obras determinadas; III.- Para trabajos eventuales o por tiempo determinado o indeterminado, distintos a los requeridos por el objeto social de la sociedad cooperativa; IV.- Para la sustitución temporal de un socio hasta por seis meses en un año, y V.- Por la necesidad de incorporar personal especializado altamente calificado.
De ahorro y préstamo. Fracción adicionada DOF 04-06-2001	Artículo 33.- Las sociedades cooperativas que tengan por objeto realizar actividades de ahorro y préstamo se registrarán por esta Ley, así como por lo dispuesto por la Ley de Ahorro y Crédito Popular.	Fracción adicionada DOF 04-06-2001

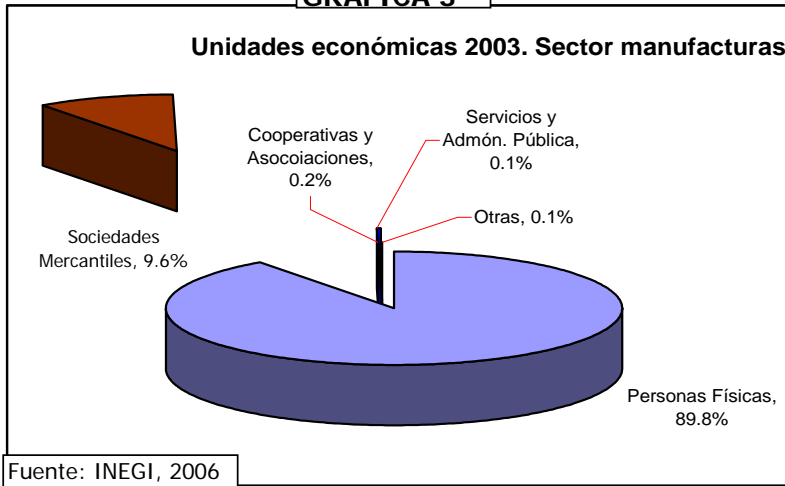
Fuente: Elaboración propia, con base en LGSC, 2006

En las siguientes gráficas se muestra el porcentaje de participación de las cooperativas, por categoría jurídica. En el sector manufacturas (gráfica 3)

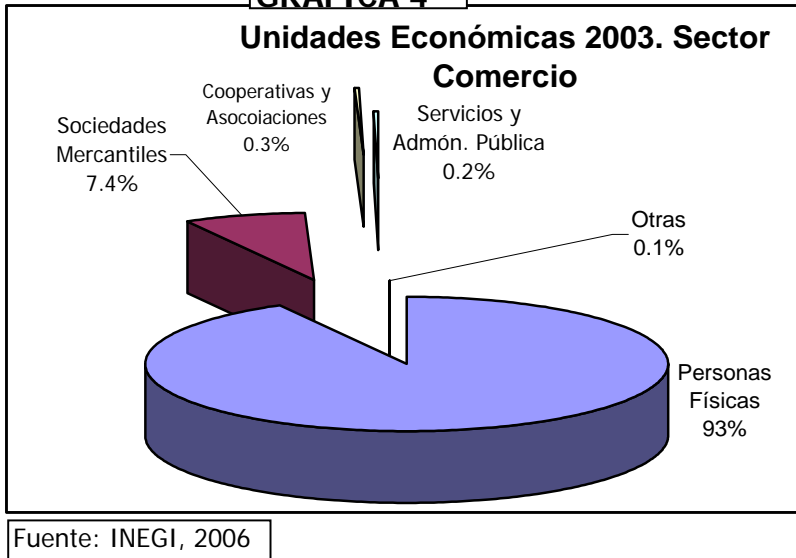
²⁸ Se señala en el Capítulo II, Artículo 21 de la LGSC, 2006

representan el 0.2%, en el sector comercio (gráfica 4) el 0.3% y en el sector servicios (gráficas 5) el 4.3%, siendo este último sector en el que es más significativo el porcentaje de participación de las cooperativas.

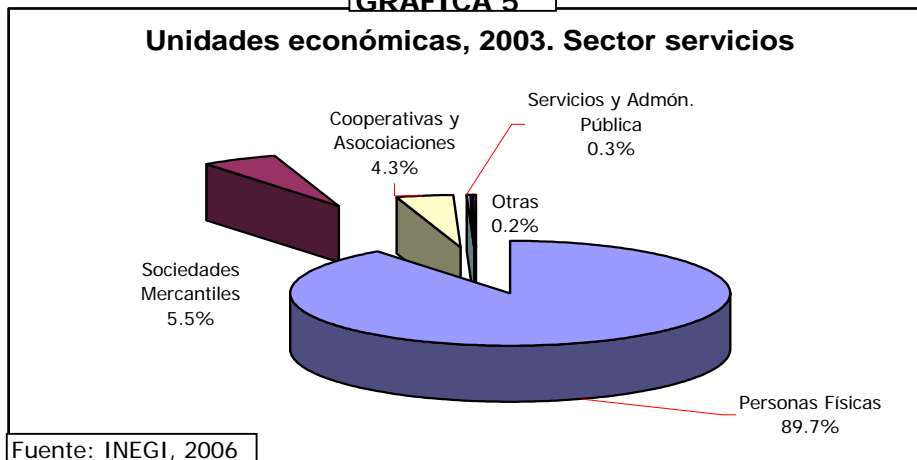
GRÁFICA 3



GRÁFICA 4



GRÁFICA 5



1.6.5.3 Estructura de las organizaciones cooperativas

Con respecto al funcionamiento y la administración de las sociedades cooperativas, la dirección, administración y vigilancia interna de las sociedades estarán a cargo de²⁹:

- I. La Asamblea General, es la autoridad suprema y sus acuerdos obligan a todos los socios, presentes, ausentes y disidentes, siempre que se hubieren tomado conforme a esta Ley y a las bases constitutivas³⁰.
- II. El Consejo de Administración, será el órgano ejecutivo de la Asamblea General y tendrá la representación de la sociedad cooperativa y la firma social, pudiendo designar de entre los socios o personas no asociadas, uno o más gerentes, con la facultad de representación que se les asigne. El nombramiento de los miembros del Consejo de Administración lo hará la Asamblea General y estará integrado por lo menos, por un presidente, un secretario y un vocal.

²⁹ De acuerdo con el artículo 34 de la LGSC, 2006 (2004)

³⁰ De acuerdo a los artículos 35 y 36 de la LGSC, 2006 (2004)

Tratándose de sociedades cooperativas que tengan diez o menos socios, bastará con que se designe un administrador.³¹

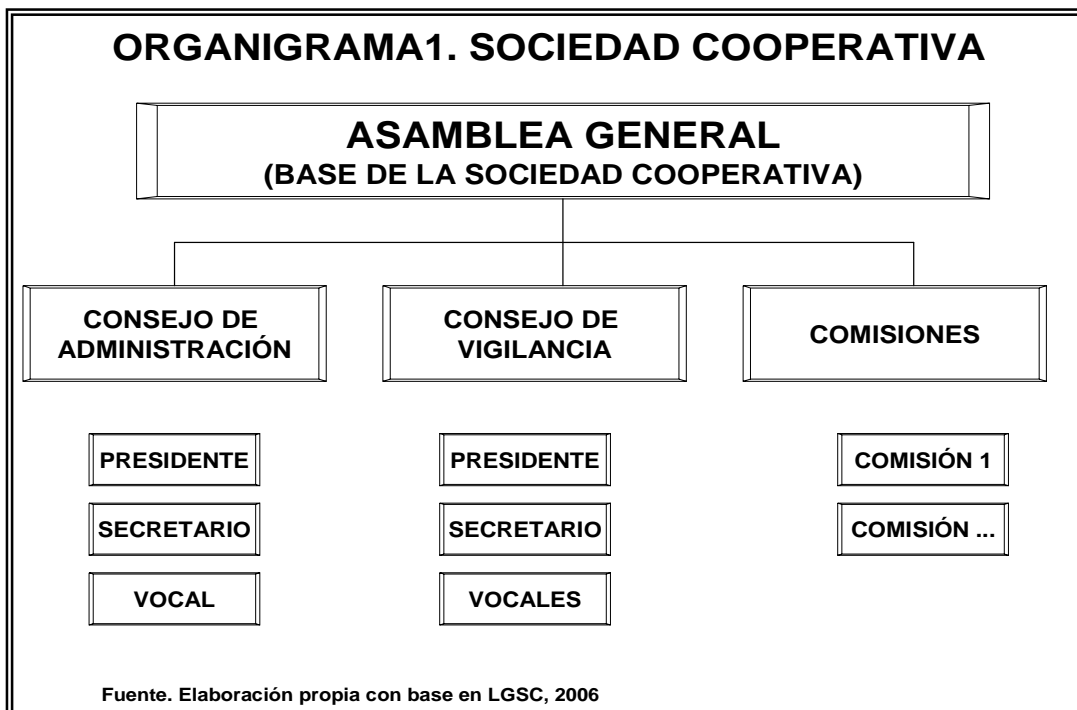
- III. El Consejo de Vigilancia estará integrado por un número impar de miembros no mayor de cinco con igual número de suplentes, que desempeñarán los cargos de presidente, secretario y vocales, designados en la misma forma que el Consejo de Administración. El Consejo de Vigilancia ejercerá la supervisión de todas las actividades de la sociedad cooperativa y tendrá el derecho de veto para el solo objeto de que el Consejo de Administración reconsidere las resoluciones vetadas. Tratándose de sociedades cooperativas que tengan diez o menos socios, bastará con designar un comisionado de vigilancia.³²
- IV. Las comisiones que esta Ley establece y las demás que designe la Asamblea General.³³

A continuación se presenta el organigrama de una organización cooperativa, de acuerdo con la LGSC, 1994:

³¹ De acuerdo a los artículos 41, 42 y 43 de la LGSC, 2006

³² De acuerdo a los artículos 45 y 46 de la LGSC, 2006

³³ De acuerdo al artículo 35 de la LGSC, 2006



1.6.5.3.1 Estructura organizacional: Estructura formal y estructura informal.

Retomando a Charles Perrow (1991:83-89) y a Richard H. Hall (1996:50-91), la estructura organizacional implica tener de referencia, entre otros, tres componentes: El primero indica que las estructuras organizacionales tienen la intención de alcanzar objetivos y fines organizacionales a partir del impulso de ciertos servicios. El segundo referente, es que las estructuras se diseñan para minimizar, o por lo menos regular, la influencia de las variaciones individuales sobre la organización. Es decir, las estructuras se imponen para asegurarse de que los individuos se ajustan a los requisitos de las organizaciones y no al contrario. Tercero, las estructuras son escenarios donde se ejerce poder, autoridad y liderazgo; donde se toman decisiones; donde se articulan las tareas y las personas y donde se desarrollan las actividades de la organización.

En las cooperativas, su estructura organizacional pueden dividirse en dos aspectos: La estructura formal o esquema organizacional y la estructura informal o estructura social.

La estructura formal o esquema organizacional comprende seis componentes, los primeros dos componentes son los que se conocen como la estructura organizativa, la cual constituye el armazón sobre el que se construye la dinámica organizacional:

1. La empresa propiamente dicha, representada por un organigrama.
2. Líneas de mandos, de coordinaciones, asesorías, controles, y las relaciones de subordinación (estructura jerárquica y de autoridad formal).
3. El sistema de objetivos y metas que rige cada parte de la organización.
4. Sistema axiológico de la empresa.
5. Políticas emanadas de los diferentes documentos para la formalización y normalización de procedimientos (Manuales de organización, de función, de procedimientos etc.).
6. Las políticas de regularización laboral en la organización (personal, incentivos, sanciones etc.).

La estructura informal o estructura social tiene que ver con las dinámicas y relaciones entre los individuos que habitan la organización, y sus interpelaciones, comprende cinco componentes:

1. Las relaciones de poder y de autoridad como tal (en lo formal e informal).
2. Las expectativas e intereses, conflictos, y fines mutuos de sus miembros.
3. Las interrelaciones humanas y sus comportamientos.
4. La cultura organizacional propiamente dicha
5. Los diferentes grupos informales con sus intereses.

Dentro de la Estructura Organizacional, la estructura formal existe sobre el papel (procede de un diseño organizacional que le garantiza su enfoque de organización a construir), mientras que la estructura informal (social) traduce la realidad de la vida en la empresa, imbuida de su cultura (Sallenave, citado por Sánchez, 2004).

Las organizaciones cooperativas están inmersas en un sistema económico y social, del cual forman parte y con quien deben interactuar, obligándose por principio o por estrategia a formar parte del grupo estructural que lo conforma.

Las cooperativas han desarrollado formas de organización complejas, conocidas como estructuras, así es común definir las como: de primer grado, donde se consideran todas las cooperativas que operan con sus asociados; segundo grado, que corresponde a federaciones y asociaciones de cooperativas; y de tercer grado, que corresponde a confederaciones o a federaciones que en su seno aceptan como miembros a otros organismos de integración. También están los organismos auxiliares o consorcios que son formas de organización, ya sean cooperativas o sociedades anónimas, donde participan las cooperativas de base y sus organismos de integración. Cada una, a través de la historia, ha desempeñado un papel económico, social, de representación, gremial, integrador, etc., con responsabilidades empresariales interdependientes.

De acuerdo a lo anterior, la Ley General de Sociedades Cooperativas de 1994 (LGSC, 2006), en su Título III, Capítulo I, de los Organismos Cooperativos, establece que las organizaciones cooperativas se podrán agrupar de la siguiente forma:

Artículo 74.- Las sociedades cooperativas se podrán agrupar libremente en federaciones, uniones o en cualquier otra figura asociativa con reconocimiento legal. Las disposiciones establecidas por esta Ley para las sociedades cooperativas, serán aplicables a los organismos cooperativos, salvo lo señalado en los artículos: 2; 11 fracción V; 25; 27; 28; 36 fracciones IX y X; 37 párrafo segundo; 38

fracción I; 43 párrafo segundo; 46 párrafo cuarto; 50 párrafo tercero; 53; 54; 57; 58; 59; 64 fracción II, 65 y 66 fracción II.

Las federaciones podrán agrupar a sociedades cooperativas de la misma rama de la actividad económica. Las uniones podrán agrupar a sociedades de distintas ramas de la actividad económica.

Artículo 75.- Las confederaciones nacionales se podrán constituir con varias uniones o federaciones de por lo menos diez entidades federativas.

Artículo 76.- El Consejo Superior del Cooperativismo es el órgano integrador del Movimiento Cooperativo Nacional; se constituirá con las confederaciones nacionales y con las instituciones u organismos de asistencia técnica al cooperativismo.

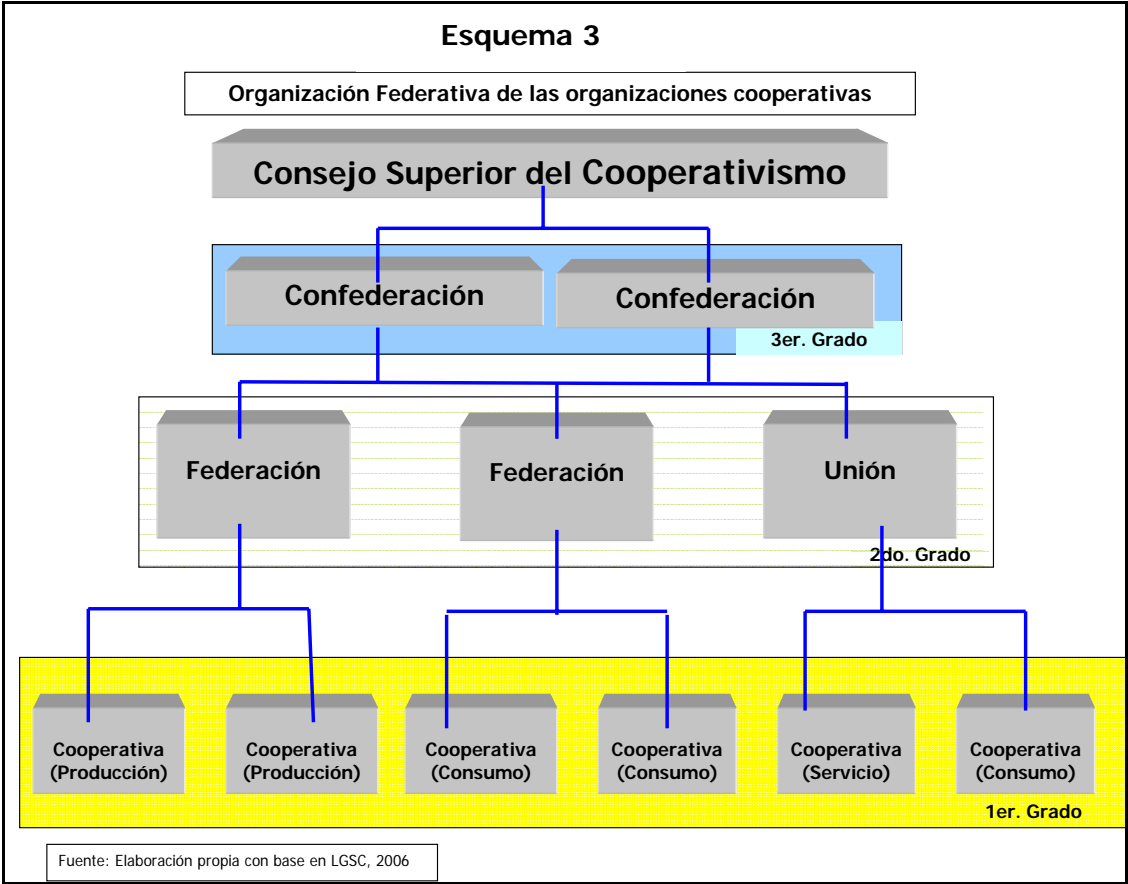
Las organizaciones cooperativas de base conforman la clasificación de 1er. Grado, las uniones y federaciones son las de 2º grado y Las confederaciones son las de tercer grado, esta clasificación queda bajo la integración del consejo superior del cooperativismo.

1.6.5.4 Campos organizacionales de cooperativas

Las organizaciones cooperativas se constituyen en campos organizacionales, los cuales, de acuerdo a DiMaggio y Powell (1999), son el "...conjunto de empresas que constituyen un área reconocida de la vida institucional, los proveedores, los consumidores que dan productos o servicios similares", es decir las cooperativas con el mismo objetivo se integran a Federaciones Cooperativas, las cuales, junto con las Uniones, conformadas por cooperativas mixtas o con diferente objetivo, conforman las Confederaciones Nacionales Cooperativas.

Según lo estipulado por la Ley General de Sociedades Cooperativas, 1994 (LGSC, 2006), su estructura se presenta en el esquema 3. Las organizaciones de 1er. grado determinan las funciones de las organizaciones de 2º grado y estas a su

vez, determinan las funciones de las Confederaciones Nacionales, que son de 3er. grado y las funciones del Consejo Consultivo serán determinadas por sus miembros.



En el siguiente apartado se realiza una revisión de los principios y valores de las organizaciones cooperativas, realizando un recorrido histórico de los planteamientos de la Asociación Cooperativa Internacional (ACI).

1.6.5.5 Principios y valores de las organizaciones cooperativas

Las organizaciones cooperativas se deben regir de acuerdo a principios y valores cooperativos. Con respecto a los Principios Cooperativos, en el cuadro 21, describimos los que menciona la Ley General de Sociedades Cooperativas (1994)³⁴ en su artículo 6º y la *International Co-operative Alliance* (ACI, 1995):

Cuadro 21			
Principios cooperativos			
PRINCIPIO	Ley General de Sociedades Cooperativas (LGSC-1994)		International Co-operative Alliance (ACI, 1995)
1º Principio	Libertad de asociación y retiro voluntario de los socios	1º Principio	Membresía abierta y voluntaria
2º Principio	Administración democrática	2º Principio	Control democrático de los miembros
3º Principio	Limitación de intereses a algunas aportaciones de los socios si así se pactara		
4º Principio	Distribución de los rendimientos en proporción a la participación de los socios	4º Principio	Participación económica de los miembros
5º Principio	Fomento de la educación cooperativa y de la educación en la economía solidaria	5º Principio	Educación, entrenamiento e información
6º Principio	Participación en la integración cooperativa	6º Principio	Cooperación entre cooperativas
7º Principio	Respeto al derecho individual de los socios de pertenecer a cualquier partido político o asociación religiosa	3º Principio	Autonomía e independencia
8º Principio	Promoción de la cultura ecológica	7º Principio	Compromiso con la comunidad
Fuente. Elaboración propia			

De acuerdo a la ACI, *“Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores sus miembros creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás”*. ACI (1995). Estos principios han sido adoptados por los gobiernos y aparecen en

³⁴ La Ley de Sociedades Cooperativas de 1994 es la que rige actualmente. A esta ley se le han hecho reformas, la última el 04 de junio de 2001, cuyos efectos se realizarán a más tardar dos años después, el 04 de junio de 2003. (Reformas a la Ley de Sociedades mercantiles, 2003)

las leyes sobre las sociedades cooperativas establecidas en los diferentes países del mundo.

1.6.5.6 Organizaciones cooperativas como alternativa social

A partir de las profundas crisis que se presentan desde los setentas, las cuales -a través de procesos alternativos de niveles de intensidad- siguen permeando nuestra economía, la sociedad, principalmente las clases marginadas, han resentido fuertemente las consecuencias, es decir, pérdida del poder adquisitivo, altos índices de desempleo, lo que conduce al deterioro familiar cuando ya no pueden mantener a su familia, ni solventar la educación de los hijos. Por lo que este sector de la población se ve desplazado hacia el sector informal de la economía, donde algunos encuentran soluciones parciales a su problema. Otros se empiezan a conformar en grupos pequeños productivos –entre los que se encuentran las cooperativas-, donde su interés principal es resolver su problema de sobrevivencia.

Un aspecto importante para su estudio es el análisis de los grupos sociales que apoyan a las organizaciones pequeñas, representados principalmente por ONG's, cuyos proyectos terminales se constituyen en pequeños grupos económicos formales, como talleres familiares y, la mayoría de las veces, en pequeñas cooperativas. Los individuos que conforman estos grupos van creando un sentido de pertenencia, lo que despierta su espíritu de solidaridad y compromiso con los otros integrantes del grupo, partiendo su integración del principio de cooperación. Particularmente estas condiciones propician la construcción de la identidad organizacional a la que pertenecen. (Montoya, 2004)

Estas cooperativas se consideran organizaciones sociales, donde su principio no es la generación de ganancias, es decir, no persiguen fines de lucro, sino procurar el mejoramiento social y económico de sus asociados mediante el trabajo

colectivo, donde se deben repartir los rendimientos prorrateados entre los socios en razón del tiempo trabajado por cada uno, si se trata de cooperativas de producción, y de acuerdo con el monto de operaciones realizadas con y para la sociedad en las cooperativas de consumo³⁵.

El cooperativismo se suscribe en torno a la llamada economía social, la cual es definida como, *“Toda actividad económica, basada en la asociación de personas en entidades de tipo democrático y participativo, con la primacía de las aportaciones personales y de trabajo sobre el capital”*³⁶. La comisión de Comunidades Europeas (citado por Izquierdo, 2005:18), comenta que: *“Una empresa pertenece a la economía social si su actividad productiva se basa en técnicas de organización específicas. Estas técnicas se fundamentan en los principios de solidaridad y participación (que normalmente corresponde a la norma de un hombre un voto) entre sus miembros, sean estos productores, usuarios o consumidores, así como en los valores de autonomía y de ciudadanía. En general estas empresas adoptan la forma jurídica de cooperativa, mutua o asociación”*. A este sector también se le ha denominado como: “Tercer Sector”, “Nonprofit Sector”, “Economía asociativa”, “Tercer Sistema”, “Economía Solidaria” o “Economía de Interés General”, entre otros (Izquierdo,2005:18). Las organizaciones que figuran en este sector son: cooperativas y sociedades laborales, las mutualidades y todas aquellas organizaciones que su fin sea social sin ánimo de lucro.

Las sociedades cooperativas requieren de más cualidades para abrir camino y triunfar que las sociedades mercantiles en las que la coordinación de los factores productivos está en manos de un grupo reducido que manda, mientras que en las cooperativas responde al trabajo en equipo, la cooperación y la solidaridad, por lo que todos los miembros cooperativistas deben contar con una serie de valores

³⁵ Principios marcados en la Ley general de Sociedades Cooperativas, la cual se formuló con base en los principios doctrinarios del cooperativismo.

³⁶ Definición de Economía Social en el Programa del I Congreso de la economía social, celebrado en Madrid, el 11 de diciembre de 1992. CEPES

que les permita funcionar colectivamente para conseguir los fines para los cuales la entidad fue creada.

Las particularidades con base en las cuales se conforman las cooperativas, inciden sus formas de organización, las cuales podemos considerar sui generis. Es decir, que aunque tienen que vivir en una sociedad moderna, presentan características propias de las empresas premodernas –fuerte conciencia de clase, sólidas creencias y tradiciones, número reducido de miembros, trabajo polivalente, equipo de producción manual o mecánico, así como algunas características de las organizaciones modernas flexibles -trabajo polivalente, toma de decisiones colectiva y buscando siempre el consenso, pequeñas unidades de trabajo-. Sin embargo, aunque presentan estas características de organización flexible, las asumen de manera natural³⁷, por sus propias necesidades, donde los miembros no cuentan con las habilidades y capacidades de producción y, mucho menos, cuentan con experiencia administrativa y/o gerencial, es decir, las asumen de forma inconsciente.

Estas características de las sociedades cooperativas y las sociedades mercantiles, a manera de resumen comparativo, se presentan en el cuadro 22:

³⁷ Las organizaciones se flexibilizan a partir de sus estrategias de posicionamiento competitivo ante los embates de los ambientes turbulentos debido a los procesos de globalización. Por lo que en la mayoría de los casos la flexibilización es una decisión planeada, como parte de sus estrategias de crecimiento.

Cuadro 22		
Características de las Sociedades Cooperativas y de las Sociedades Mercantiles		
Características	Sociedades cooperativas	Sociedades mercantiles
Tipo de entidad	Entidades Sociales	Entidades Económicas
Fines	No lucrativas	Lucrativas
Objetivo	Brindar servicios o productos a sus asociados, sin discriminación alguna	Maximizar beneficios en relación al capital aportado
Titulares	Asociados-socios	Accionistas
Pertenencia de los bienes	Los bienes pertenecen a la cooperativa. Patrimonio cooperativo irrepartible, aún en caso de disolución.	Los bienes son del dueño(s). En caso de disolución el patrimonio se distribuye a los dueños, de acuerdo a su aportación de capital.
Control y dirección	En función de los asociados, un hombre, un voto	En función del capital invertido
Poder de decisión	Está basado en el principio de igualdad, todos los asociados poseen el mismo derecho a opinar y votar	Con relación al capital aportado a cargo de los propietarios
Toma de decisiones	Toma de decisiones colectiva por parte de los cooperativistas	Toma de decisiones por parte del grupo dirigente
Ganancias	Los cooperativistas reciben su pago de acuerdo al trabajo realizado, prorrateado entre todos los cooperativistas	Las ganancias les pertenecen al (los) dueño(s) de la sociedad mercantil
Fuente: Elaborado por el autor		

1.6.5.7 Organizaciones cooperativas y mujeres

Se considera a estas cooperativas como organizaciones pequeñas, ya que los grupos que las conforman no son amplios sino pequeños y trasladan su tamaño a la organización formalizada³⁸. Así mismo, se observa que una gran parte de sus miembros son mujeres, las cuales se integran para cubrir las necesidades de subsistencia familiar, ya sea para apoyar a la pareja o porque son cabeza de familia y, así, de esta forma poder aliviar estas necesidades y además cumplir con

³⁸ Izquierdo (2005:33), comenta que hoy día “...están surgiendo nuevas formas de cooperativas de pequeña dimensión que se centran especialmente en algunos sectores –prestaciones sociales y sanitarias, educación, alojamiento, servicios a las empresas y servicios basados en el conocimiento- para el desarrollo local y regional. Su existencia está siendo de gran importancia para las mujeres como fuente de empleo y de experiencia de gestión.”

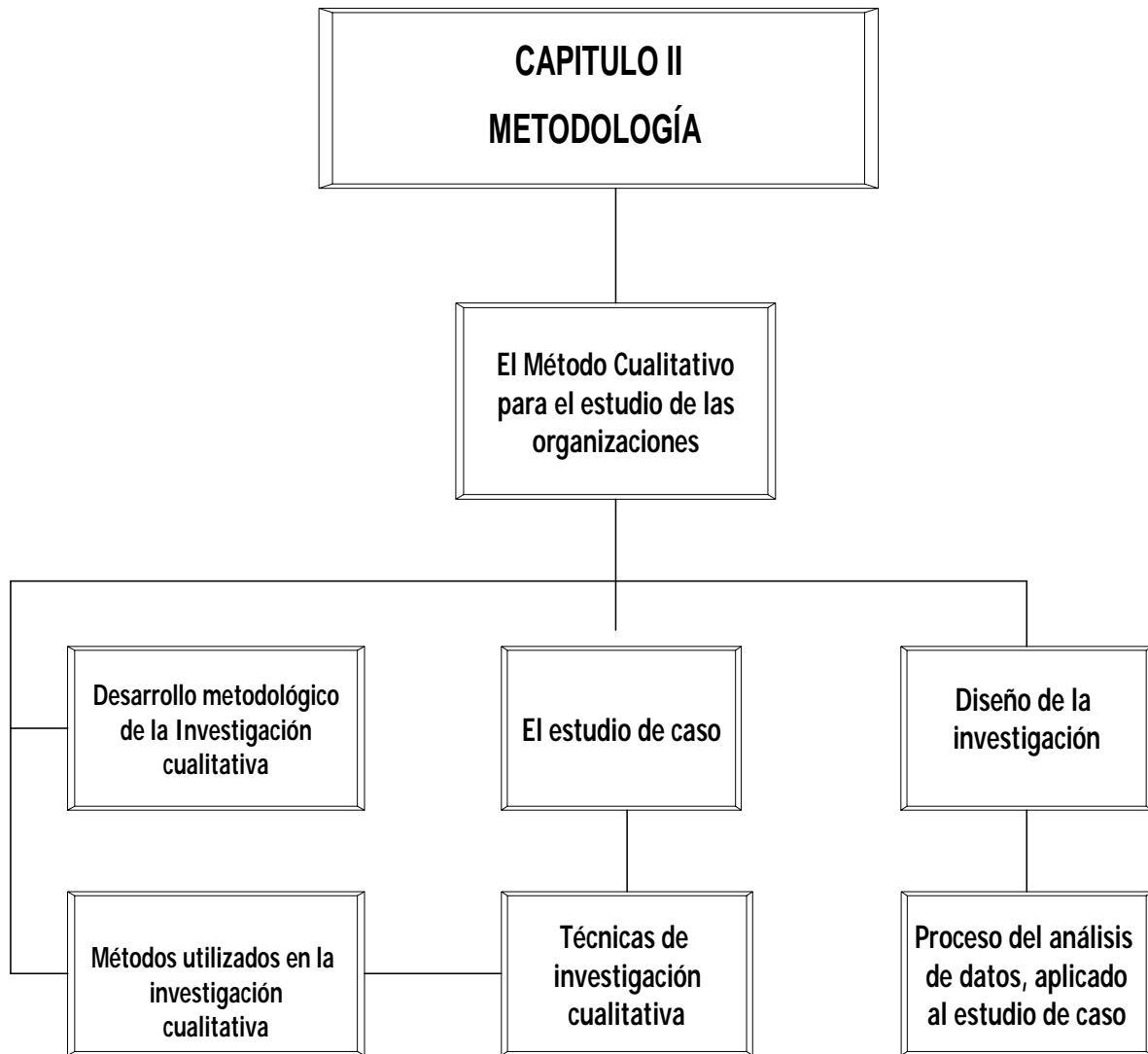
su labor social de cuidado de los hijos, es decir, pueden combinar el trabajo en la cooperativa con el trabajo doméstico. Con respecto a la parte social, la cooperativa además de brindarle a las mujeres tiempo para cuidado de los hijos, les puede atorgar un sentimiento de pertenencia y de autorrevaloración a aquellas que además de contar con los problemas antes expuestos, también están inmersas dentro de ambientes familiares de maltrato, alcoholismo y drogadicción por parte de la pareja, de los hijos o de algún pariente cercano que viva con ellas.

En las organizaciones cooperativas, principalmente las pequeñas, de acuerdo a las necesidades de las socias, se estructuran formas de organización tales, que les permiten transitar entre la cooperativa y la casa, razón por la cual en muchos casos se observa también la participación de los demás miembros de la familia, principalmente los hijos, en la producción y administración de la organización. ¿Podemos pensar, entonces, que los estereotipos de la mujer juegan un papel importante en las formas de organización de éstas pequeñas organizaciones, formándose también una identidad organizacional específica, a partir de los valores de las cooperativistas y de la organización, que le dan sentido ésta? Igualmente, ¿podemos pensar que las formas de organización de este tipo de pequeñas cooperativas pueden ser la respuesta para la sobrevivencia de los demás pequeños grupos productivos, que diariamente están naciendo, para posteriormente, en pequeños lapsos de tiempo, tienden a desaparecer? Estos aspectos son los que trataremos de identificar más adelante, en nuestro estudio de caso.

CAPITULO 2

El método cualitativo para el estudio de la identidad organizacional

MAPA CONCEPTUAL DEL CAPITULO II



2.1 El método cualitativo para el estudio de las organizaciones

En el campo de la teoría de la organización convencional los estudios realizados por los enfoques clásicos más relevantes (por ejemplo, las Relaciones Humanas, las Teorías de las Decisiones, el Enfoque de la Contingencia), se sustentaron en el método cuantitativo, ya que el razonamiento positivista lógico en el cual se basaban implicaba la medición de los distintos elementos organizacionales analizados. Sin embargo, con la aceptación creciente de la complejidad organizacional, el método cuantitativo en algunos casos, ya no se correspondía con los diversos aspectos organizacionales que difícilmente se podrían medir, como por ejemplo el poder, la identidad, el conocimiento, los símbolos, los valores.

En este contexto, el método cualitativo empieza a ganar un espacio en el ámbito de los estudios organizacionales, compartiendo con el método cuantitativo una visión más amplia para la comprensión de las organizaciones. Así, desde la perspectiva del método cuantitativo se han desarrollado estudios de caso tan relevantes como el de la Hawthorne o los estudios de caso de Pugh, Hickson, et.al. Desde la perspectiva del método cualitativo se han desarrollado estudios de caso tan importantes como el realizado por Pagés, Gaulejac, entre otros.

2.1.1 Naturaleza y pertinencia del método cualitativo

La investigación cualitativa reclama la observación directa sobre el desarrollo de los fenómenos sociales, siguiendo una serie de premisas, por ejemplo, la introducción analítica, proximidad, comportamiento ordinario, focos descriptivos, entre otros. Así vemos que al hablar del método cualitativo, se está hablando de un modo de investigar los fenómenos sociales, los cuales reúnen alguna de las siguientes características: su objetivo es la captación y reconstrucción de significados, lenguaje básicamente conceptual y metafórico, flexibilidad y desestructuración en su modo de capturar información, pensamiento más inductivo que deductivo. (Ruiz Olabuénaga, 1999)

El método cualitativo toma una referencia fenomenológica y concierne al entendimiento del comportamiento humano a partir del marco del actor como referencia (Weber). Los métodos de investigación cualitativa responden a las siguientes preguntas: 1. ¿qué hacemos aquí? 2. ¿cuáles son las formas del fenómeno? y 3. ¿cuáles son las variaciones en ese fenómeno?

Al usar una aproximación de investigación cualitativa, el centro de atención es cómo las gentes, los grupos y las organizaciones hacen las cosas, más que porqué las hacen. El "cómo" y el "porqué" son realmente una secuencia de preguntas. Antes que los investigadores se centren en el porqué, primero tienen que entender cómo.

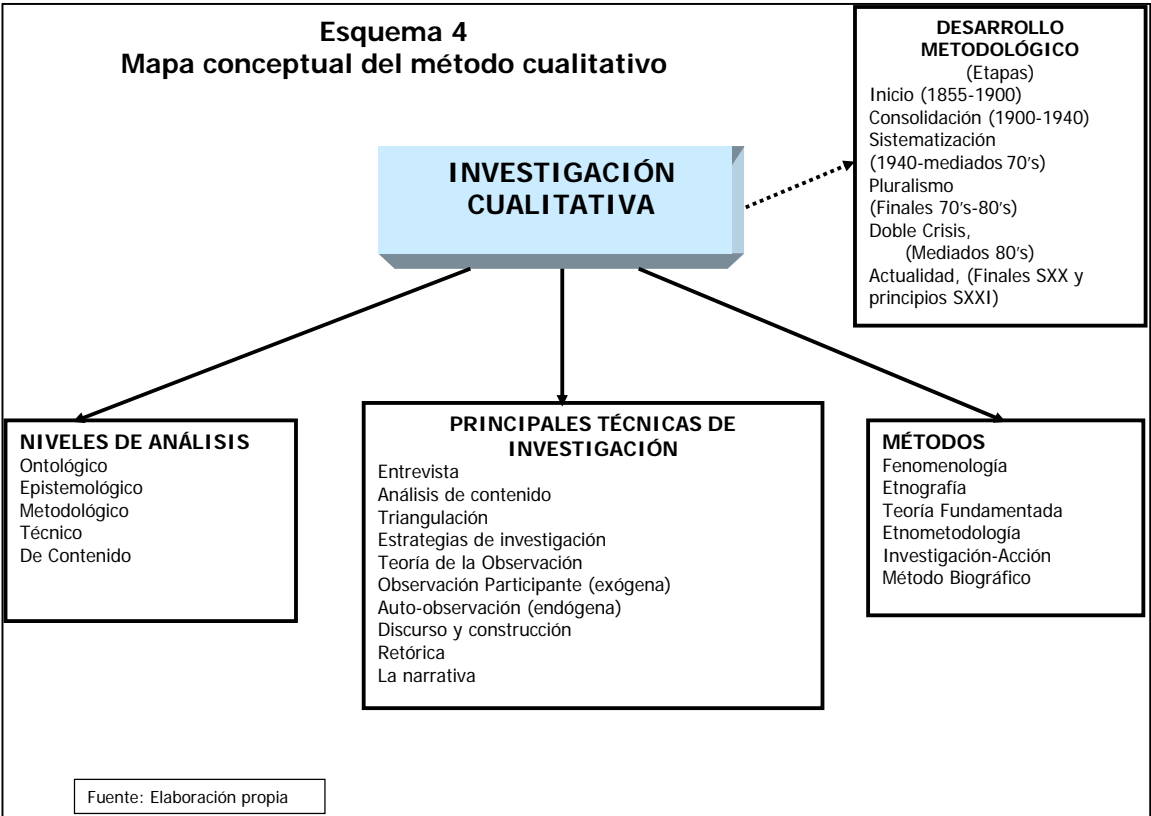
Algunos argumentos para utilizar el método cualitativo en los Estudios Organizacionales podrían ser:

- a) Las organizaciones, por su naturaleza son complejas e involucran un gran número de variables que difícilmente pueden medirse.
- b) La orientación instrumentalista que ha dominado la Teoría de la Organización ha obstaculizado, con frecuencia, la elaboración conceptual, impidiendo una aproximación explicativa a la problemática organizacional.
- c) La aproximación explicativa a la complejidad organizacional requiere el estudio de sus relaciones en su estructura y entre esta y su entorno, lo que implica un gran esfuerzo heurístico para la elaboración conceptual.

Con base en una serie de lecturas tratamos de establecer la naturaleza y las características del método cualitativo y elaboramos un mapa conceptual en el que se muestran las partes que comprende este método (ver esquema 4). En primer lugar, a partir de la lectura de Rodríguez, Gregorio, et.al, (1996) se considera el proceso seguido por cada una de las diferentes áreas que han conformado la forma de entender la investigación en las ciencias sociales³⁹ a partir de las aportaciones de

³⁹ Principalmente desde la antropología y la sociología.

Bogdan y Biklen (1982), Vidich Lyman (1994), Denzin y Lincoln (1994) (citados por Rodríguez, et.al, 1996) , quienes se plantean una evolución más o menos común, en la que influye la disciplina de la que parten.



Fuente: Elaboración propia

2.1.2 Desarrollo metodológico de la investigación cualitativa

Tomando como base las aportaciones antes mencionadas, los autores consideran la evolución de la investigación cualitativa, centrándose en el desarrollo metodológico que se ha seguido, destacando seis momentos importantes, los cuales se presentan en el cuadro 23, así como sus principales características:

Cuadro 23.
Desarrollo metodológico de la investigación cualitativa

ETAPA /PERÍODO	APORTES
<p>1. INICIOS Mediados siglo XIX 1855</p> <p>1856</p> <p>Finales siglo XIX</p> <p>1898</p>	<p>Desde la sociología Bogdan y Biklen la sitúan en EUA. Denuncia social, en 1907 se lleva a cabo la 1ª. gran encuesta social</p> <p>Europa, cómo vive la clase trabajadora, se utiliza el método de observación participante</p> <p>Gran Bretaña, encuestas sociales, historias de vida y entrevistas, con las que se recogen una serie de datos sobre las condiciones de vida de los trabajadores y desempleados</p> <p>Las raíces antropológicas de la investigación. cualitativa se encuentran en el trabajo realizado por un grupo de antropólogos evolucionistas</p> <p>Boas aporta su concepto de cultura, desde la perspectiva inductiva, era un relativista cultural</p>
<p>2. DE CONSOLIDACIÓN 1900 –1940</p> <p>1914</p> <p>1928</p> <p>1898-1913</p> <p>1910-1940</p>	<p>El grupo “La Escuela de Cambridge”, realiza trabajo de campo, recoge información directa en el lugar de estudio.</p> <p>Malinowski con su obra marca el inicio de un nuevo estilo de hacer etnografía (participación, observación e interrogación). Es el primero en dar su punto de vista como investigador y en describir el trabajo de campo.</p> <p>Margaret Mead, interesada por la escuela como organización y en el papel del profesor, propicio que las siguientes generaciones se dedicaran al estudio de la diversidad y las limitaciones de la plasticidad y adaptabilidad humanas.</p> <p>Se dan las primeras aportaciones en las que se destaca el contexto cultural de los procesos educativos, Vandewalker (1898), Hewet (1904), Montessori (1913)</p> <p>Principales aportaciones de la Escuela de Chicago, tomando como método la observación participante. Alrededor de 1940, la observación participante, la entrevista en profundidad y los documentos personales eran técnicas metodológicas con las que se encontraban familiarizados los investigadores cualitativos.</p>
<p>3. DE SISTEMATIZACIÓN 1944 hasta principios de los 70's</p>	<p>Época de gran creatividad en la que se intenta formalizar y darles rigor a los métodos cualitativos, una nueva generación de investigadores encuentra nuevas teorías interpretativas (etnometodología, fenomenología, teoría crítica, feminismo), predomina el paradigma postpositivista. Autores como Spindler, Wolcott y Singleton definen la educación educativa.</p>
<p>4. EL PLURALISMO De los 70's a mediados de los 80's</p>	<p>Al inicio de esta época, los investigadores cualitativos disponen de todo un repertorio de paradigmas, métodos y estrategias para emplear en sus investigaciones. Las teorías van desde el interaccionismo simbólico hasta el constructivismo, la indagación naturalista, positivismo y postpositivismo, fenomenología, etnometodología, crítica (Marxista) semiótica, estructuralismo, feminismo y varios paradigmas étnicos. Las estrategias de investigación van desde la teoría fundamentada hasta los estudios de caso, los métodos históricos, biográficos, la etnografía en la acción y la investigación clínica. Se disponen de diversas formas de recoger y analizar materiales empíricos, incluyendo la entrevista cualitativa, la observación, la visualización, la experiencia personal y los métodos documentados. El uso de computadoras va siendo progresivo. A través de su obra Geertz argumenta que los enfoques anteriores, caracterizados por ser positivistas, conductistas y totalitarios, van dejando espacio a una perspectiva más pluralista, interpretativa y abierta. Surgen nuevos enfoques: postestructuralismo (Barthes), neopositivismo (Philips), neomarxismo (Althusser), teorías rituales del drama y la cultura (Turner), decostruccionismo (Derrida), etnometodología (Garfinkel). En el terreno educativo ganan terreno las posiciones naturalistas, postpositivistas y constructivistas.</p>

Cuadro 23. Desarrollo metodológico de la investigación cualitativa	
ETAPA /PERÍODO	APORTES
5. LA DOBLE CRISIS A mediados de los 80's	Se inicia una ruptura con la parición de varios trabajos, entre los que se encuentra la obra de Clifford, en los que la investigación se hace más reflexiva y se introducen cuestiones de género, raza y clase. Los investigadores se enfrentan a una doble crisis de representación y legitimación. Incluidas en el discurso del estructuralismo y el postmodernismo, esta doble crisis se categoriza bajo diferentes términos, asociados con las revoluciones interpretativa, lingüística y retórica de la teoría social. Con esto se problematizan dos asunciones, a) los investigadores pueden capturar directamente la experiencia vivida –crisis representacional-- y b) se refiere al criterio tradicional para evaluar e interpretar la investigación cualitativa –crisis de legitimación--
6. EL MOMENTO ACTUAL Finales del siglo XX	Lincoln y Denzin, lo denominan el quinto momento de la investigación cualitativa, el cual es en campo interdisciplinar, transdisciplinar y contradisciplinar, atraviesa a las humanidades, las ciencias sociales y las físicas, asimismo, es multiparadigmática
Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez, Gregorio, et.al, (1996)	

Denzin y Lincoln (Citados por Rodríguez, et.al., 1996) argumentan que cada uno de los momentos anteriores operan en el presente y que la investigación cualitativa se caracteriza por ser multiparadigmática, ya que en la actualidad cuenta con tal variedad de paradigmas, métodos, técnicas, instrumentos y estrategias de análisis a los cuales recurrir para realizar los estudios.

2.1.3 Métodos que se utilizan en la investigación cualitativa

No existe una forma de investigación cualitativa, sino múltiples enfoques y lo que las diferencia es determinado por las opciones que se tomen en cada nivel de análisis, dependiendo del tipo de estudio que se realice. Asimismo, el investigador tiene que realizar un trabajo creativo, donde tiene que hacer uso de sus habilidades para poder llevar a buen término su investigación.

Con base en lo anterior, se puede considerar que el método más adecuado para conducir nuestra investigación es la etnografía, la cual investiga cuestiones descriptivo/interpretativas, busca significados sostenidos por la gente dentro del caso (Stake, 1994) como son los valores, ideas, prácticas de los grupos culturales (Ruiz Olabuénaga, 1999). En este método, los investigadores utilizan la descripción con

grandes niveles de detalle, explorando temas culturales, roles y conductas, describiendo, analizando e interpretando la vida diaria de las personas (Giddens, 1997), en este caso en la organización, recopilando información a través de entrevistas no estructuradas, observación directa y/o participativa, notas de campo, registros, fotografías, mapas, además de biografías (historias de vida). En los estudios organizacionales actualmente se empieza a utilizar más esta metodología, la cual es significativa para poder adentrarse en el estudio de aspectos culturales, donde el lenguaje y lo simbólico están presentes por lo que lo descriptivo-interpretativo, son aspectos básicos para poder construir la realidad organizacional y poder explicarla.

Sin embargo, no podemos dejar de reflexionar sobre lo expuesto por Alvesson (1993): "...estudiar situaciones y manifestaciones que exhiben relativamente "fuerza" y significados "claros", expresiones, y simbolismo es ciertamente una parte importante de la investigación cultural, pero debe ser complementada por el estudio de esos aspectos más significantes de la vida organizacional en la cual el simbolismo no aparece en forma directa". Igualmente, Alvesson expresa que "...es muy difícil encontrar una base para distinguir entre simbólico "significativo" o "sustantivo" y fenómeno cultural y fenómeno de menor importancia", por lo que "...este problema debe ser resuelto de caso en caso y una forma posible de desarrollar criterios de algún uso general puede estar precedido de lo que es significativo para los miembros de la organización en sus vidas de trabajo ya que no siempre es obvio cómo los fenómenos culturales están ligados a la situación de trabajo y esas ligas pueden ser muy indirectas".

En el cuadro 24, presentamos los principales métodos que se utilizan en la investigación cualitativa:

Cuadro 24	
Métodos que se utilizan en la investigación cualitativa	
Método	Concepto
Fenomenología	Investiga cuestiones de significado, trata de explicar la esencia de las experiencias de los actores.
Etnografía	Investiga cuestiones descriptivo/interpretativas, como son los valores, ideas, prácticas de los grupos culturales.
Teoría fundamentada	Investiga cuestiones de proceso, como es la experiencia a lo largo del tiempo o del cambio, se puede realizar a través de etapas o fases
Etnometodología	Llamada también análisis del discurso, investiga cuestiones centradas en la interacción verbal y del diálogo
Investigación-acción	Investiga sobre cuestiones de mejora y cambio social, se clasifica en: a) Investigación-acción del profesor, b) Investigación cooperativa, c) Investigación participativa, d) Diversidad/unidad de la Investigación-acción
Método biográfico	Investiga cuestiones subjetivas a través de las entrevistas y de las historias de vida.

Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez, et.al, (1996)

2.1.4 Investigación cualitativa y el método biográfico-narrativo

En la investigación cualitativa, el método biográfico-narrativo se ha convertido en una perspectiva de investigación, así, este enfoque y sus metodologías adquiere cada día mayor relevancia en los estudios en ciencias sociales ya que permite conjuntamente dar significado y comprender las dimensiones cognitivas, afectivas y de acción. Así, como modo de conocimiento, el relato capta la riqueza y detalle de los significados con respecto al comportamiento humano, como son las motivaciones, sentimientos, deseos o propósitos, que no se expresan claramente en aspectos abstractos sociales (Bolívar, et.al., 2006).

Para estudiar el fenómeno de la identidad consideramos que, dado que tiene un formato narrativo, el método de investigación es de corte cualitativo, con el que se pretende la exploración de los resultados de las historias de vida, haciendo con esto explícitos los procesos de socialización con los cuales los individuos van formando su identidad individual y social y trasladándola a la organización. A través de esta metodología se muestra las diferentes percepciones de los individuos que desde su perspectiva *“han influido en ser quienes son y en actuar como lo hacen”* (Bolívar

et.al., 2006:19). En nuestra investigación utilizamos relatos biográficos en los cuales las cooperativistas relatan como su vida ha influido en su desarrollo laboral.

De acuerdo con Czarniawska (2004), la investigación narrativa no ofrece un conjunto de procedimientos o métodos, sin embargo, ofrece tres oportunidades a la investigación: 1) el uso de textos como material de campo que puede analizarse de diversos modos, el empleo de diversos géneros de escritura y la discusión, el análisis y la reflexión sobre los mismos. Bolívar (citado por Murillo y Altopiede, 2006) ofrece una perspectiva en la que se analiza el tipo de aproximación a la narrativa que se realiza en la investigación, el autor propone que los datos narrativos pueden abordarse tanto desde una perspectiva paradigmática, ejemplificada por los análisis de las categorías de contenido, como desde una óptica estrictamente narrativa, en la que se rechaza toda pretensión de establecer generalizaciones, así como de incluir cada caso en una categoría más amplia, sino que procede por analogía, captando los mundos vividos por los participantes. En nuestro análisis de datos aplicamos estas dos formas planteadas por Bolívar.

2.1.5 El estudio de caso

Es importante resaltar la importancia del estudio de caso en la investigación, al respecto Stake (1994) comenta que el estudio de caso se enfatiza porque llama la atención a la pregunta de “¿qué específicamente puede aprenderse de un solo estudio de caso?” El estudio de caso se puede considerar como una forma de análisis multiperspectiva, es decir que el investigador considera no solo a los actores sino a los grupos importantes de actores y la interacción entre todos ellos, siendo este uno de los aspectos sobresalientes que el estudio de caso posee. (Barba, 2000)

El uso del estudio de caso tiene importancia relevante como método articulador del dato y la teoría, a través de éste se puede intentar crear una serie de hipótesis que en otros contextos concretos deben verificarse.

Por su parte, Yin (2003) define al estudio de caso, en una primera parte, como una investigación empírica que: a) investiga un fenómeno contemporáneo en un contexto de vida real, especialmente cuando b) los límites entre fenómeno y contexto no son claramente evidentes. Donde, en una segunda parte, c) la investigación de estudio de caso, se enfrenta con la situación técnicamente distintiva de que habrá muchas más variables de interés que datos, y como resultado de ello d) se basa en múltiples fuentes de evidencia, con la necesidad de hacer converger los datos de una manera triangulada, y como resultado e) se beneficia del desarrollo de propuestas teóricas a priori para guiar la recolección de datos y el análisis.

El estudio de caso, comenta Yin (2003), como estrategia de investigación comprende un método que abarca todo, es decir, no es una táctica de recolección de datos o sólo un mero diseño, sino una estrategia de investigación comprensiva.

Asimismo, dado que el estudio de caso puede describir en forma rigurosa una situación social y explicar tentativamente sus múltiples factores y componentes, lo consideramos, entonces, como parte fundamental de nuestro estudio. En el cuadro 25 se muestran las características del estudio de caso.

En nuestra investigación, para contestar las preguntas de investigación, se realiza un estudio sobre la “Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. C. L.” (SCMH)

Cuadro 25
Características más importantes del estudio de caso

Características	Concepto
Significativo	<p>Para ser significativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ los estudios de caso son inusuales y de interés público ▪ los resultados son importantes a nivel nacional, cada uno en términos teóricos o en política o en términos prácticos ▪ o como proceda en ambos <p>Antes de la selección de un estudio de caso, se debe describir en detalle la contribución a ser hecha, asumiendo que el estudio de caso proyectado será completado sucesivamente, si la respuesta no es satisfactoria, se debe reconsiderar la realización del estudio de caso.</p>
"Completo"	<p>Esta característica es extremadamente difícil para describirla operacionalmente. Presentan el problema de la definición de los límites del esfuerzo, pero pocas directrices están disponibles. Un estudio de caso puede ser caracterizado en al menos tres sentidos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuando los límites del caso –distinción entre el fenómeno que está siendo estudiado y su contexto- ofrecen atención explícita. , el mejor camino es mostrar el argumento lógico o la presentación de evidencias. 2. Un segundo camino involucra la colección de evidencia, el estudio de caso completo debe demostrar en forma convincente que el investigador realiza esfuerzo en la colección de evidencia relevante. 3. El tercer camino concierne a la ausencia de ciertas condiciones artificiales. Si el estudio de caso concluye porque las fuentes se agotaron se considera no completo, si el investigador conoce en un principio esta situación debe ser capaz de diseñar un estudio de caso que pueda ser completado. Si lo logra se puede considerar un estudio de caso ejemplar.
Considerar perspectivas alternativas	<p>Para los estudios de caso explicativos, una aproximación valiosa es la consideración de proposiciones rivales el análisis de la evidencia en términos de tales proposiciones rivales. Cuando se hace un estudio de caso exploratorio o descriptivo el examen de la evidencia desde diferentes perspectivas incrementa las posibilidades de que el caso sea ejemplar. Para representar diferentes perspectivas adecuadamente, un investigador debe buscar aquellas alternativas que más seriamente estimulan el diseño del estudio de caso. Estas perspectivas podrían ser encontradas en alternativas con visión cultural., diferentes teorías, variaciones entre la población o toma de decisiones que son parte del estudio de caso. Un prerrequisito principal en la enseñanza de los estudios de caso es que deben presentar el punto de vista del actor principal (Stein, 1952). Un estudio de caso debe anticipar los cometarios obvios de los escuchas de los reportes del estudio de caso, incluso apoyar sus suposiciones con energía como sea posible y mostrar –empíricamente- las bases sobre las cuales tales alternativas pueden ser refutadas.</p>
Mostrar suficiente evidencia	<p>El estudio de caso es aquel que presenta de forma juiciosa y efectiva la evidencia más completa, es decir que el lector puede alcanzar un juicio independiente con respecto a los méritos del análisis. Asimismo, otra meta es presentar suficiente evidencia para mostrar al lector que el investigador conoce su tema. Igualmente, el investigador debe presentar alguna indicación en la cual indique que atendió a la validez de la evidencia.</p>
Elaborado en un estilo interesante	<p>Independientemente de la modalidad de composición del estudio de caso aplicado –reporte escrito, presentación oral o visual o alguna otra forma- el reporte debe ser interesante. Para los reportes escritos, debe de tener un estilo de escritura claro, que invite al lector a continuar con la lectura. Para lograr un reporte interesante se requiere de un investigador que esté entusiasmado con la investigación y que quiera comunicar los resultados ampliamente, asimismo, el estudio de caso debe contener conclusiones aterrizadas.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en Yin (2003).

2.1.6 Técnicas de investigación cualitativa

En el cuadro 26, se presenta una primera aproximación a las principales técnicas de investigación las cuales consideramos útiles para nuestra investigación cualitativa:

Cuadro 26		
Principales técnicas de investigación cualitativas		
Técnica de investigación	Concepto	
Entrevista no estructurada	Entrevista	Explicación más que comprensión Minimización de errores Estímulo-respuesta (Verdad) Respuestas racionales, pasa por alto la dimensión emocional
	Entrevistador	Serie de preguntas con una serie de respuestas prefijadas entre las que elegir Control del ritmo de la entrevista con un patrón estandarizado y directo No da explicaciones largas del trabajo y no altera el orden ni la formulación de las preguntas No permite interrupciones ni intervenciones de terceros en las respuestas Nunca improvisa el contenido o forma de las preguntas Establece una relación equilibrada que implica familiaridad al mismo tiempo que impersonalidad Adopta el estilo de oyente interesado pero no evalúa las respuestas oídas
	Entrevistado	Todos los entrevistados reciben el mismo paquete de preguntas Las escuchan en el mismo orden y formato
	Respuestas	Son cerradas al cuadro de categorías preestablecido Grabadas conforme al sistema de codificación previamente establecido
Observación	<p>Observación interna o participante activa, en permanente <i>proceso lanzadera</i>, la cual funciona como observación sistematizada natural de grupos reales o comunidades en su vida cotidiana, empleando fundamentalmente la estrategia empírica y las técnicas de registro cualitativas.</p> <p>La metodología de observación participante posee <i>condiciones</i> que la posibilitan, que seleccionan las entradas de información (cultura, estilo de vida de una comunidad urbana, la identidad de un movimiento juvenil, la especificidad de un determinado medio de comunicación).</p>	
Etnografías experimentales	Se les denomina etnografías experimentales a las distintas estrategias textuales propuestas como alternativas del realismo etnográfico, buscando una explicación explícita para los problemas concernientes a la descripción de una observación participante. La antropología dialógica, cuyo centro de atención es el nativo, es una de las más importantes etnografías experimentales, la cual aspira a un isomorfismo estructural entre la OP y la codificación etnográfica, es decir, el deseo de un antropólogo dialógico es ser más "real" que un etnógrafo realista a la tradicional, puesto que ambos, desde el punto de vista del primero, obtienen su información cara a cara.	
Biográfica- Narrativa (Historia de vida)	Relato autobiográfico, obtenido mediante entrevistas sucesivas. El objetivo es mostrar el testimonio subjetivo de una persona, en el que se recojan tanto los acontecimientos como las valoraciones que hace dicha persona de su existencia.	
Fuente: elaborado con base en datos de Ruiz Olabuénaga (1999) y Pujadas, (1992)		

2.2 Diseño de la investigación

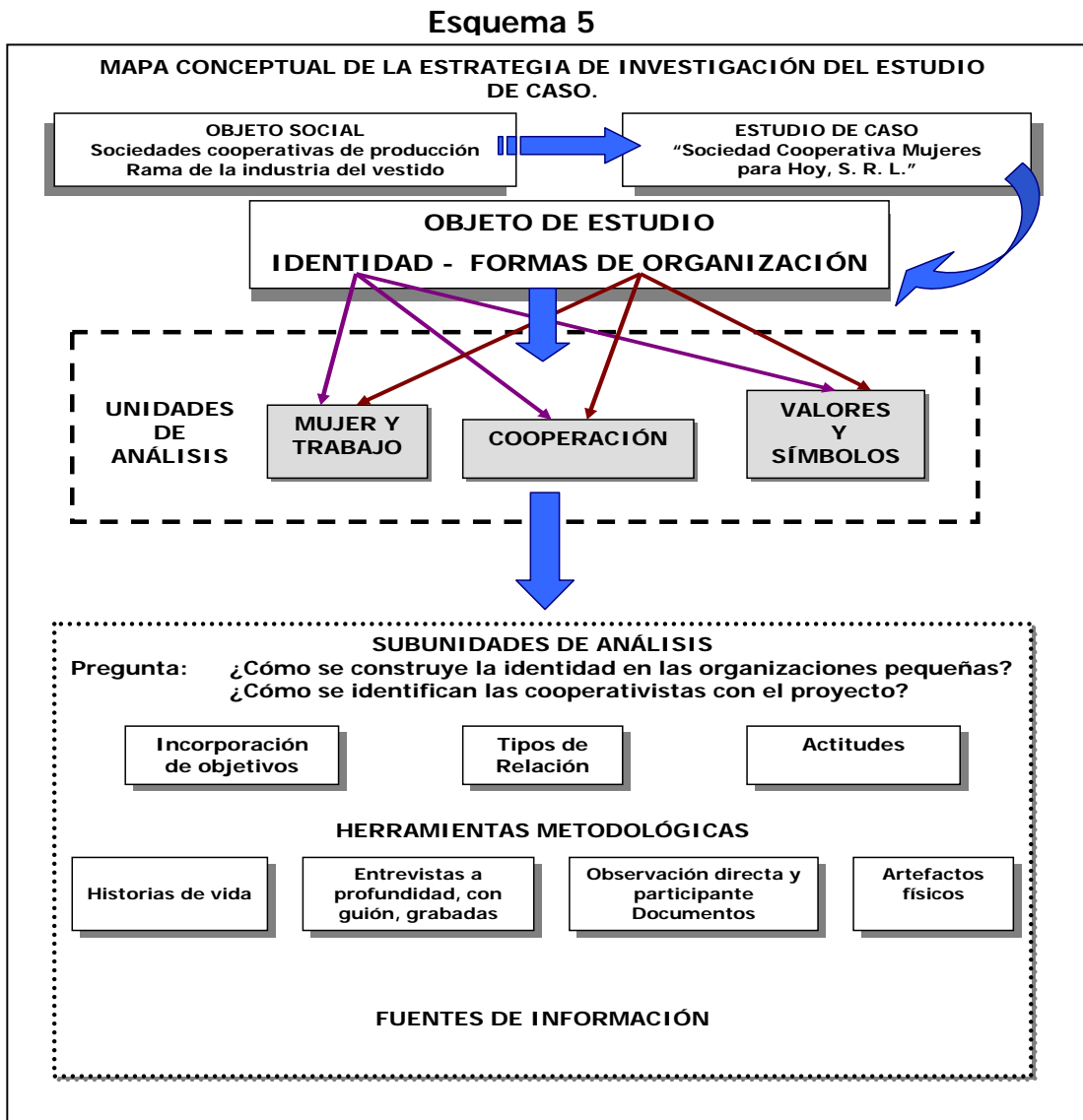
Uno de los aspectos centrales en cualquier proyecto de investigación es el diseño metodológico, teniendo como punto de partida la definición del objeto de estudio, aspecto relevante que sustenta la unión de elementos de análisis, estructurados en forma lógica con los resultados a obtener.

Basándonos en Yin (2003), elaboramos el siguiente cuadro, que contempla el diseño metodológico aplicado en nuestra investigación, asimismo, retomamos de Ruiz Olabuénaga (1999) las herramientas metodológicas utilizadas para el análisis cualitativo, las cuales son útiles para nuestro estudio de caso y que han sido utilizados en diferentes investigaciones en estudios organizacionales, donde se destacan temas que conducen a la reflexibilidad, las cuales también son consideradas por Giddens (1977) y las historias biográficas, ampliamente tratadas por Pujadas (1992).

Cuadro 27 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN		
1. OBJETO SOCIAL	Sociedades Cooperativas de Producción, Rama de la Industria del vestido	
.1 ESTUDIO DE CASO Estudio individual	“Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. de R. L.”	
2. OBJETO DE ESTUDIO Preguntas Generales de Investigación:	Identidad Organizacional 1. ¿Cómo se construye la identidad organizacional en las organizaciones pequeñas? 2. ¿Cuál es el papel de los estereotipos de la mujer en la construcción de la identidad organizacional? 3. ¿Cuáles son las características organizacionales en las cooperativas pequeñas?	
3. UNIDADES DE ANÁLISIS Preguntas puntuales de Investigación:	Mujer-Organización-Símbolos y Valores 1. ¿Los estereotipos de la mujer inciden en la formación de una identidad organizacional específica, a partir de los valores de las cooperativistas y de la organización, que le dan sentido a ésta? 2. ¿La identidad organizacional juega un papel importante en las formas de organización de éstas pequeñas organizaciones? 3. ¿Qué papel ha jugado la identidad organizacional en la estabilidad de esta cooperativa, que le ha permitido sobrevivir en un entorno de crisis constante?	
4. ENFOQUES TEÓRICOS METODOLÓGICOS A CONSIDERAR	Construcción social de la realidad Estudio Etnográfico Método Cualitativo	
5. INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS	Historias biográficas o de vida Observación directa } Artefactos Observación participante } físicos	
6. Fuentes de información	FUENTES	INSTRUMENTO
	Promotoras	Entrevistas en profundidad
	Fundadoras Activas	Entrevistas en profundidad , historias de vida Cuestionario Estadístico
	Fundadoras no activas	Historias de vida Cuestionario Estadístico
	Ex Fundadoras	Entrevistas en profundidad Cuestionario Estadístico
	Cooperativistas activas	Cuestionario Estadístico
	Cooperativistas no activas	Entrevistas en profundidad, historias de vida Cuestionario Estadístico
	Ex Cooperativistas	Cuestionario Estadístico (selectivo)
	Beneficiarias	Entrevistas semi-estructuradas Cuestionario Estadístico
	Grupo Promotor	Documentos Archivos
Cooperativa	Observación directa- <i>Artefactos físicos</i> Observación participante- <i>Artefactos físicos</i> Documentos Archivos	
Fuente: Elaboración propia con base en Giddens (1977); Ruiz Olabuénaga (1999); Pujadas (1992) y Yin (2003).		

2.2.1 Estrategia de la investigación

A continuación presentamos el esquema conceptual de la estrategia de investigación aplicada en el estudio de caso, en el cual se indica la metodología aplicada, presentada en el cuadro 27:



2.2.2 Preguntas y guión correspondiente

Una vez realizadas las entrevistas a profundidad grabadas (historias de vida), se realiza el análisis, procurando responder las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo se construye la identidad en las organizaciones pequeñas?
2. ¿Cómo se identifican las cooperativistas con el proyecto?
3. Existe alguna relación entre mujer, identidad y formas de organización?
4. ¿La identidad organizacional influye en las formas de organización?
5. ¿Existe alguna relación entre la forma de aprender con las características propias de las cooperativistas y de la cooperativa?

2.3 Estrategia analítica aplicada a la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L.

Para la realización del análisis de datos de nuestra investigación se realizó en primera instancia una revisión documental, basándonos en los documentos de la Cooperativa y del Grupo de educación Popular con Mujeres, A. C. y en datos aportados por las cooperativistas a través de sus narrativas, posteriormente se analizaron las historias de vida, determinando las características más relevantes de identidad y aspectos sobresalientes sobre su construcción, asimismo se determinaron las formas de organización que prevalecen en la cooperativa. Lo anterior se complementa con los datos recabados a través de observación directa y participante, con los cuales se completan algunos procesos que no se pudieron obtener de documentos y entrevistas grabadas.

2.3.1 Herramientas metodológicas utilizadas en la investigación

Las herramientas metodológicas utilizadas en el estudio de caso son las siguientes:

1. Análisis documental, se realizó una revisión exhaustiva sobre los documentos tanto en poder de la cooperativa como los que tiene el grupo de promotoras, algunas etapas que no están plasmadas en los documentos se recabaron a

través de relatorías de las cooperativistas fundadoras, con estos datos se integra la historia de la cooperativa, desde el momento que se empieza a planear su formación hasta marzo de 2005. Con base en este análisis se logro determinar 5 etapas en la historia de la organización.

2. Entrevistas a profundidad grabadas, como fue difícil que las cooperativistas respondieran con una entrevista a profundidad semi-estructurada a las preguntas planteadas; se realizaron entrevistas libres, es decir, que de forma libre ellas platicaran su recorrido por la cooperativa. A la mayoría de las entrevistadas les costó trabajo abrirse, por lo que fue necesario crear un ambiente relajado y de confianza, no pudiéndose realizar algunas entrevistas hasta después de dos o tres sesiones; algunas entrevistas se tuvieron que hacer anotando los datos, ya que se negaron a que se les grabara. Considero que fue importante la estrategia de realizar la entrevista hasta que ellas se sintieran en confianza, lo que permitió que las entrevistadas relataran sus vivencias en forma amplia. La participación del entrevistador fue mínima, se realizó como una plática donde las cooperativistas relatan poco a poco su paso por la cooperativa, sus vivencias, sus experiencias, tanto personales como de grupo. Por lo anterior, estas entrevistas a profundidad realmente fueron relatos autobiográficos, por lo que se consideran historias de vida. En las cuales las cooperativistas fueron entrelazando su experiencia laboral, su experiencia familiar, como personas que laboran en una cooperativa. Al transcribir las historias se dio énfasis donde los entrevistados lo hacían igualmente se tomó nota de los momentos de duda al exponer alguna situación.
3. Observación directa, las entrevistas se realizaron en la cooperativa y en el tiempo de espera se tuvo oportunidad de observar directamente su desenvolvimiento dentro de la cooperativa y su forma de organizarse en el trabajo cotidiano, así como la toma de decisiones en situaciones imprevistas. Se asistió a dos plenarios, las cuales fueron altamente gratificantes, ya que se pudo observar la interacción de todas las socias así como la forma en que toman decisiones. Se tomaron notas por cada sesión. Así, se realizó un

análisis de la forma en que las cooperativistas se apoyan en los valores organizacionales para poder aplicar los principios cooperativos⁴⁰.

4. Observación participante, con respecto a la parte de administración, fue necesario integrarse al trabajo administrativo que realizan las socias en la cooperativa, asesorándolas en algunos aspectos financieros y fiscales. De esta forma nos pudimos dar cuenta el nivel de conocimiento con que cuentan las cooperativistas en esta área, así como de sus deficiencias en la realización de estas tareas. Así como conocer la forma en que planean y ponen en práctica sus actividades a realizar.

2.3.2 Análisis cronológico

Una vez obtenidos los datos de las distintas fuentes, se realizó un análisis cronológico, basándonos en las narrativas de las cooperativistas, se establecieron cinco etapas en el periodo investigado. Posteriormente los datos se clasificaron por temas, es decir, se determinaron cuáles son los temas a los que se refieren las entrevistadas, determinando los diferentes términos que corresponden a cada tema, manejando los diferentes niveles de identidad: individual, grupal, organizacional y social. Para posteriormente armar las categorías de las diferentes dimensiones de identidad organizacional en la cooperativa.

Se realiza el análisis a partir de la dualidad de las organizaciones cooperativas (con gestión democrática), la característica dual de este tipo de organizaciones son la asociación (fines sociales) y lo mercantil; para esto hay que entender que significa sin ánimo de lucro y la concepción organizacional de lo social y local, considerando que los objetivos y los fines organizacionales deben estar enfocados en procurar una mejora en la calidad de vida de los asociados y de la localidad en la que se suscriben. Sin perder de vista que las cooperativas de producción son organizaciones de carácter social que para lograr sus objetivos se apoyan en lo económico, por lo que

⁴⁰ Cabe hacer mención que tanto los valores como los principios organizacionales son inconscientes, ya que las cooperativistas conocen de manera general que es una cooperativa y como debe funcionar, pero desconocen los principios y valores que conforman la doctrina cooperativa.

hay que tener cuidado de no entenderlas como organizaciones mercantiles con fines sociales. Es decir los medios son los aspectos mercantiles para conseguir los fines sociales, basados en la cooperación y en la solidaridad y no entenderlas como organizaciones que a través de medios sociales consiguen fines mercantiles.

2.3.3 Criterios de identidad

Para realizar la construcción de la identidad organizacional de la Cooperativa “Mujeres para Hoy”, partimos del análisis cronológico de la cooperativa, tomando como base los criterios de identidad desarrollado por Albert y Whetten (1985): a) *El criterio que demanda el carácter central*; b) *El criterio que demanda la distintividad* y c) *El criterio que demanda la continuidad temporal* (perdurable), además de considerar otros aspectos como son los valores compartidos y los símbolos (artefactos) que se convierten en características de identidad organizacional. El análisis de datos para la Identidad, se establece, entonces, en seis niveles:

1. Características de identidad organizacional que son la médula de la cooperativa, de acuerdo a Albert y Whetten (1985), características centrales. “¿Quiénes somos?” tiende a enfocarse en características más específicas, sensitivas y centrales, que lleven a la búsqueda de la razón que distinguirá a la organización de otras.⁴¹
2. Características de identidad organizacional que hacen única a la organización al compararla con otras. Para Albert y Whetten (1985), serían características distintivas de la organización, las dimensiones elegidas para definir la identidad distintiva de una organización pueden ser bastante eclécticas, abarcar afirmaciones de ideología, filosofía de management, cultura, ritual, etc. El punto importante es que la manera en que la distintividad es definida depende críticamente de que otros objetos de comparación son considerablemente relevantes.

⁴¹ Albert y Whetten (1985), ponen como ejemplo el logro de la razón de ser de una organización, donde comentan que la “March of Dimes” se ha convertido en un ejemplo clásico de una organización que resultó de una razón de existir, donde conservan su misión central de recolectar dinero para desarrollar la investigación en salud, cambiando su enfoque de polio a defectos de nacimiento.

3. Características de identidad organizacional, que han permanecido a través de estas cinco etapas, para Albert y Whetten (1985), serían características perdurables, permanentes.
4. Características de identidad organizacional que aparecen en cada etapa y que al aparecer la siguiente etapa, desaparecen o cambian, algunos autores consideran que la identidad no es permanente, sino que a través del tiempo se van dando cambios. Como ejemplo se cita a Gioia et. al. (2000), quien comenta que debe conceptuarse a la identidad como fluida e inestable, ya que la inestabilidad le confiere adaptabilidad
Albert y Whetten (1985) comentan que el aspecto temporal del concepto de identidad es esencial, la pérdida de identidad, en el sentido de continuidad a través del tiempo, amenaza la salud de la organización, porque el cambio puede implicar pérdida⁴². Cuando el cambio, o la desaparición de alguna de las características de identidad, se dan de forma paulatina, la organización no se resiente, se va adaptando al cambio. De acuerdo a Gagliardi (2003), aunque las organizaciones cambien deben seguir siendo las mismas, por lo que su principal estrategia debe ser mantener su identidad.
5. Valores compartidos, los cuales crean un sentido de identidad de las cooperativistas con la organización.
6. Símbolos (artefactos) que se convierten en características de identidad organizacional, de acuerdo con...

En el siguiente apartado se presenta el estudio de caso, cuyo objetivo es realizar la construcción de la identidad organizacional de la cooperativa Mujeres para Hoy y su incidencia en las formas de organización. Iniciamos el capítulo con los antecedentes de la organizaciones cooperativas, realizando un recorrido por Europa, Canadá y Estados Unidos para continuar con América Latina, para posteriormente ubicarnos en

⁴² Por lo que es conveniente la existencia de los rituales relacionados con la identidad (por ejemplo, “funerales organizacionales” llevados a cabo por plantas que están cerrando o subsidiarias que están siendo vendidas, (Albert, 1984, citado por Albert y Whetten, 1985).

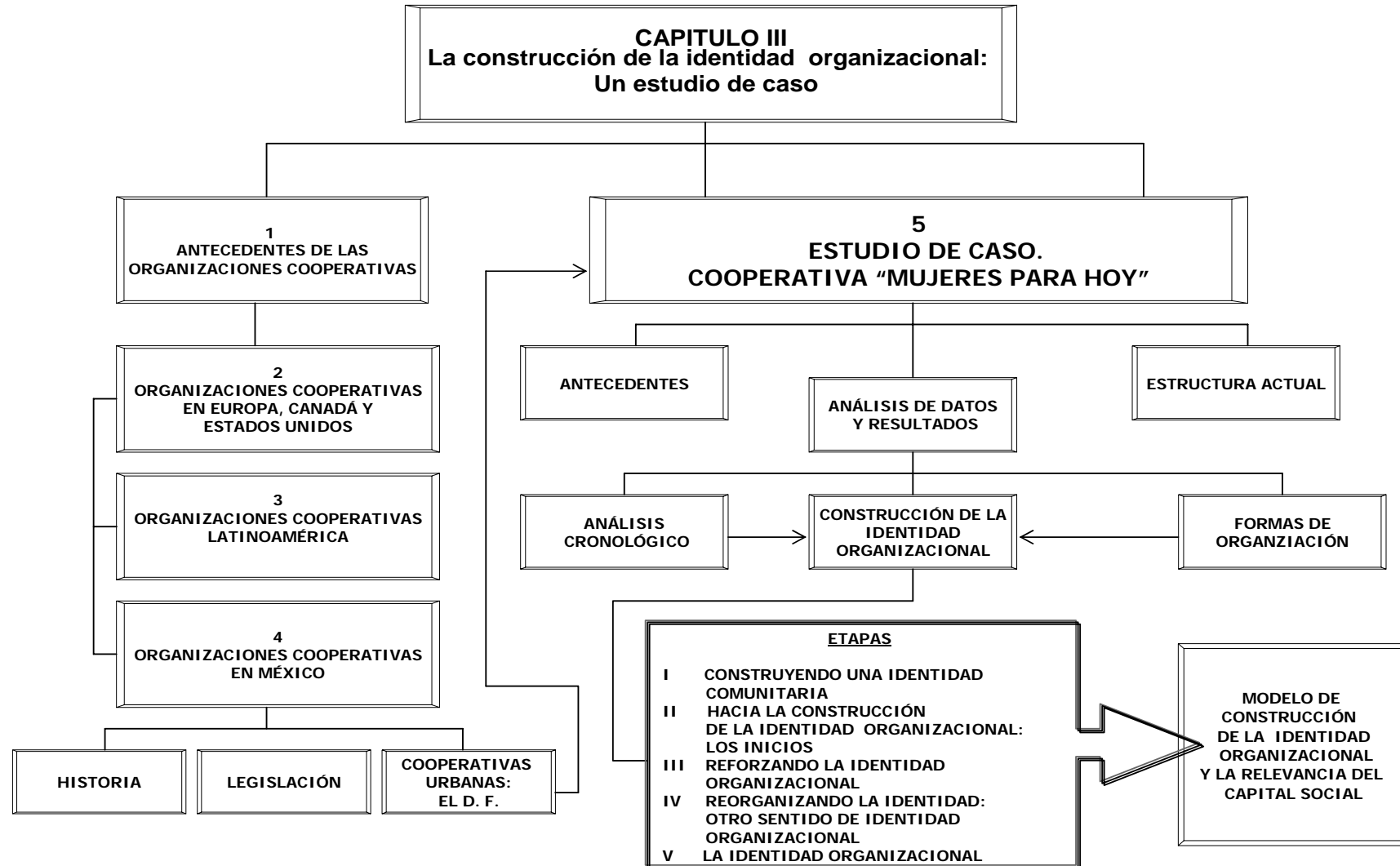
México, realizando un análisis histórico y, finalmente, estudiar las cooperativas en las zonas urbanas, centrándonos en el Distrito Federal, lugar donde se encuentra ubicada la cooperativa que nos sirve de estudio de caso.

Una vez efectuado este recorrido histórico, se realiza el análisis de datos obtenidos en las historias de vida realizadas y de los documentos analizados así como de los datos recabados en la observación directa y participante.

CAPITULO III

La construcción de la identidad organizacional: Un estudio de caso

MAPA CONCEPTUAL DEL CAPITULO III



3.1. Antecedentes de las organizaciones cooperativas

Consideramos importante tratar como primer punto los orígenes de las cooperativas, es decir, dónde están las bases de la doctrina cooperativista, para poder ubicar los orígenes del cooperativismo como forma específica de organización, saber cómo llegó a México y cuales fueron los efectos políticos, económicos, sociales y, principalmente, organizacionales que tuvo este movimiento en nuestro país. Para esto, iniciamos con un bosquejo de la historia europea de la cooperación, lo cual nos ayudará a entender cómo una forma de organización basada en la cooperación, sin lucro, con fines sociales, en medio de un sistema económico orientado a la competencia logra su permanencia, así como qué papel juega la identidad organizacional para este logro. Estas formas de organización pueden contribuir al mejoramiento de la sociedad.

3.1.1 Contexto histórico internacional de las organizaciones cooperativas: Europa, Canadá y Estados Unidos

El nacimiento del cooperativismo europeo se remonta hasta el siglo XIX; siendo Inglaterra la cuna de la Revolución Industrial, donde se consolida el capitalismo, pero también es el lugar donde se gestan alternativas a la producción fabril y a la explotación de los trabajadores, siendo las cooperativas una forma alternativa de organización económica diferente a las fábricas.

En la década de 1830 empiezan a aparecer las cooperativas de producción, pero con un bajo crecimiento. Es en este periodo que se forma la Cooperativa de Derby y en 1834 comienzan a construir su comunidad cooperativa. Como segundo ejemplo se presenta, en 1844, la Cooperativa de Consumo Rochdale, y a través de sus estatutos se sientan las reglas de la cooperación que regirán a nivel internacional el

movimiento cooperativo⁴³. Este mismo grupo realiza en Manchester la organización de una cooperativa de cooperativas llamada “Cooperative Wholesale Society”, siendo una de sus aportaciones importantes que sus estatutos codifican los principios y métodos esenciales del cooperativismo moderno, así como su plan de acción, basado en los estatutos, el cual nace como un plan en el corto plazo, pero que en el futuro enunció un moderno programa de cooperación más completo.

En el cuadro 28, se enlistan, por fecha, las primeras cooperativas europeas que tuvieron lugar en la industria textil:

Cuadro 28 Primeras cooperativas en la Industria textil		
Cooperativa	País	Fecha
Derby	Inglaterra	1934
Lyon	Francia	1935
Darvel	Escocia	1940
Rochdale	Inglaterra	1944
Chemnitz	Alemania	1845
Fenwick	Escocia	1871
Goran	Escocia	1877
Fuente: Arazandi, Dionisio (1976)		

Algunos datos interesantes sobre las organizaciones cooperativas en Europa, Canadá y Estados Unidos en la actualidad se presentan en el cuadro 29:

⁴³ Los principios del cooperativismo que rigen las cooperativas actuales, enunciados por la ICA -International Cooperative Alliance- están basados en los estatutos de los Pioneros de Rochdale.

Cuadro 29	
Organizaciones cooperativas en Europa, Canadá y Estados Unidos	
País	Datos importantes
Estados Unidos	47000 organizaciones cooperativas <ul style="list-style-type: none"> - 100 millones de norteamericanos son servidos por ellas - 1000 cooperativas eléctricas sirven a 36 millones de usuarios en 46 estados - 1600 cooperativas suplen el 29% de los insumos agrícolas, - 240 cooperativas de ahorro y crédito otorgan el 25% de los créditos para el sector agrícola - 700 cooperativas de telecomunicaciones
Canadá	Su economía es la más cooperativizada del continente <ul style="list-style-type: none"> - Existen unas 7000 cooperativas - Agrupa a 12 millones de asociados, como el 40% del total - Las empresas cooperativas controlan un 70 % de grano y del aceite vegetal - Manejan más del 60% del mercado de los productos lácteos - Tienen la Sociedad Desjardins un complejo financiero con un patrimonio de US 50 000 millones
Francia	<ul style="list-style-type: none"> - Controlan el 60 % del mercado del vino - 52 % de los productos lácteos - 37 % del ganado - 9 de cada 10 granjeros o campesinos pertenecen a una cooperativa
Dinamarca	<ul style="list-style-type: none"> - Controlan el 92% de la producción y mercadeo de los productos lácteos. Manejan en total US\$ 13 billones
Fuente: Elaboración propia con base en ACI, et. al, 2004 ⁴⁴	

3.1.2 Organizaciones cooperativas en América Latina

En la primera mitad del siglo XIX, América Latina destaca por su economía predominantemente rural, por lo que el socialismo utópico se ubicó, además de entre la naciente clase obrera, en la organización de campesinos, donde tuvo alcances profundos. Por lo que la búsqueda del socialismo utópico no iba encaminada hacia una lucha frontal contra el capitalismo industrial, como en Europa, sino que se trataba

⁴⁴ Análisis del Modelo Cooperativo en el Nuevo Escenario Económico. Alianza Cooperativa Internacional (ACI), Confederación de Cooperativas del Caribe y Centroamérica (CCC-CA), Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito (COLAC), Con el auspicio del Centro Cooperativo Sueco (SCC), 2004.

de organizar a los trabajadores para que a partir de ello construir la sociedad ideal. (Olvera L. A., 2001)

Al lograr los países latinoamericanos su independencia, la propagación de ideas socialistas utópicas se hace fácil, ya que los latinoamericanos se encontraban abiertos a nuevas corrientes ideológicas y veían positivamente la entrada de extranjeros para realizar experimentos cooperativos al interior. Siendo Latinoamérica un lugar propicio donde las ideas utópicas extranjeras pudieran echar raíces y demostrar su validez.

En Centro y Sudamérica en los años sesenta se dio un auge importante de creación de cooperativas. Por ejemplo, en Honduras se funda el Departamento de Cooperativas que impulsó el cooperativismo en ese país, en Uruguay se funda la Organización de las Cooperativas en América, siendo la primera integradora de cooperativas en el continente y cuya legislación sirvió de marco jurídico para las cooperativas mexicanas. (CESOP, 2006)

En Latinoamérica existe una gran heterogeneidad de los movimientos cooperativos, por ejemplo, los cuatro países que integran el MERCOSUR, cada uno tiene su propia legislación, lo que implica una gran diversidad de soluciones. En el caso de Argentina encontramos que con la Ley de 1973 se permite la asociación de las cooperativas con sociedades comerciales de distinto tipo: con mutuales, asociaciones civiles, lo cual permitió que las cooperativas realizaran determinadas actividades que por si solas no están en condiciones de emprender. En la mayoría de los países latinoamericanos este tipo de cambios no se ha dado, pero el problema que se puede presentar es que si no existen límites claros en cuanto a la garantía del uso de esas asociaciones se podría desvirtuar el objetivo de las cooperativas. Para solucionar esta problemática, el MERCOSUR creó un comité, en el que se estudian y reflexionan los diferentes aspectos de la legislación cooperativa. Siendo el tema de la armonización de las legislaciones cooperativas uno de los trabajos fundamentales del movimiento cooperativo latinoamericano. (ACI, Taller, 2004)

En Argentina, Uruguay, Perú, Brasil, Costa Rica y Honduras, entre otros, las sociedades cooperativas instrumentan programas sociales que en algunos casos se fusionan con los gobiernos locales para desarrollar estrategias conjuntas con un alto impacto social. (CESOP, 2006)

3.1.3 Historia de las organizaciones cooperativas en México

Aunque México fue uno de los primeros países en impulsar las ideas utópicas, donde Plotino Rhodakanaty⁴⁵ juega un papel importante, el cooperativismo mexicano, a lo largo de su historia, no pasó de ser un movimiento de dimensiones minúsculas, opacado por el sindicalismo, donde la intervención estatal y la desorganización de la clase obrera tuvieron gran influencia en su lento desarrollo.

Los grandes retos que tuvo que enfrentar el cooperativismo en México, dieron como resultado el surgimiento de destacados ideólogos y líderes sociales, que fincaron las bases de la doctrina cooperativa y guiaron al movimiento cooperativo mexicano. Entre ellos, podemos mencionar a Guillermo Álvarez Macías, Rosendo Rojas Coria, Antonio Salinas Puente, Gerardo Gómez Castillo, Joaquín Cano Jáuregui y Salvador Loredó Torres.

Acerca de la historia del movimiento cooperativo mexicano existe escasa literatura, solo Rosendo Rojas Coria elaboró una obra monumental: “El tratado de Cooperativismo Mexicano”, publicado en 1952, el resto de la literatura sobre el tema realiza aportaciones muy breves.

La mayoría de estos autores estuvieron relacionados con el gobierno, más que con grupos obreros o sociales. Por lo que observamos que una característica fundamental del cooperativismo mexicano más que ser propiciada en el seno de las masas es, la

⁴⁵ Rhodakanaty edita en 1861 la Cartilla Socialista, teniendo gran influencia en el ámbito urbano y rural. Formó parte del Gran Círculo de Obreros.

más de las veces una política, una ideología y/o un experimento impulsado desde el Estado.

Rojas Coria (1984), en su obra presenta la historia del cooperativismo en forma cronológica, por lo cual, tomando esta obra como base y ampliando los datos con escritos de otros autores, a continuación presentamos una reseña histórica del movimiento cooperativista en nuestro país.

Es hasta principios de la década de los sesenta del siglo XIX cuando en algunos periódicos se empieza a hablar en forma vaga e imprecisa sobre el sistema cooperativo. La primera referencia seria sobre las cooperativas aparece en 1868, con la difusión de la obra de Fernando Garrido: "Historia de las asociaciones obreras en Europa"⁴⁶. En esta obra se habla del éxito económico y de la forma de funcionamiento interno de las cooperativas, por lo se puede decir que Fernando Garrido es quien influye en forma decisiva en la forma de pensar de los líderes obreros, pues es a través de su obra como obtienen un conocimiento amplio sobre el cooperativismo (Rojas Coria, 1984)

Así, los dirigentes obreros del Gran Círculo de Obreros propusieron la formación de talleres cooperativos, estableciéndose, el 16 de septiembre de 1873, el primer Taller Cooperativo de Sastrería; tras esta primera experiencia empiezan a fundarse otras sociedades cooperativas –cooperativa de carpinteros y cooperativa de sombrereros– y, en marzo de 1874, se constituye la Compañía Cooperativa de Obreros de México. Las primeras cooperativas que se forman dan énfasis a la producción y es hasta agosto de 1876 cuando los obreros ferroviarios de la Estación Buenavista de la Ciudad de México constituyen la primera cooperativa de consumo: "Primera Asociación Cooperativa de Consumo de Obreros Colonos", cuyo objetivo principal era resolver los problemas de habitación, pero entre los embates de los grandes propietarios y las disposiciones gubernamentales, se vieron precisados a abandonar

⁴⁶ Publicado en Barcelona, España en 1864, en el que habla en detalle de las sociedades cooperativas europeas, especialmente de las de Inglaterra y Francia (Rojas Coria, 1984:224)

el proyecto. Así ante la falta de experiencia y recursos económicos, se da una división entre sus filas, lo que la conduce al fracaso.

Es en 1889 cuando las cooperativas obtienen reconocimiento legal, al reconocerlas el Código de Comercio como: ...*“unidades económicas, con características de organización y funcionamiento diferentes a las de la empresa privada”*. (Citado en Rojas Coria, 1984)

En 1896, surge otro interesante ensayo cooperativo, el relativo a la construcción de casas -proyecto establecido con éxito años atrás en Estados Unidos e Inglaterra- la primera en fundarse fue la Sociedad Nacional Cooperativa de Ahorros y Construcción de Casas. El Congreso Católico de octubre de 1906, reunido en Guadalajara apoya el proyecto de cajas-cooperativas presentado por el licenciado Palomar y Viscarra. En 1910 se procedió a la fundación de cooperativas rurales, pero debido a la guerra civil, iniciada en ese mismo año, se ven truncadas las beneficiosas perspectivas de las cajas-cooperativas.

Paso a paso, el cooperativismo fue convenciendo a las diferentes capas de la población sobre sus beneficios, pero no así a la gente en el poder, resintiendo, además, el rigor del sistema capitalista. El inicio de la revolución le significa un retroceso.

Rojas Coria comenta que con la revolución se inicia el despertar del cooperativismo, el nacimiento de la nueva sociedad da un ambiente de destrucción y caos en su lucha por derribar la estructura anterior y es el cooperativismo el que permanece sereno y clamando por la no represalia, por el cese a la destrucción, pero firme en sus propósitos originales y doctrinarios: Una mejor distribución de la riqueza, por lo que se puede decir que desde el punto de vista sociológico, es el cooperativismo el lugar donde se refugiaron los valores de la libertad humana.

En el periodo de 1910 a 1920, la mayoría de las mutualidades que venían funcionando desde antes de la revolución se convierte en sindicatos y las demás en sociedades cooperativas de consumo y crédito. Un ejemplo de estas últimas es el caso de los ferrocarrileros, que antes de convertirse en sindicato –en 1912- transforman sus mutualistas en cooperativas, llamadas Alianza de Ferrocarrileros Mexicanos, siendo todo un éxito; al año de fundadas cuentan con sucursales en once ciudades, funcionando como caja de ahorro y préstamo, posteriormente fundan sociedades cooperativas de consumo, teniendo, para 1918, sucursales en once ciudades importantes de la República. En 1913, el congreso del estado de Jalisco, a petición de Palomar Viscarra, aprueba el Decreto para promover la creación de cooperativas de crédito popular, siendo el primer decreto que la República fomentaba.

En los años veinte el cooperativismo se convierte en política gubernamental, así vemos que en el periodo de 1920 a 1929, Ramón P. Denegrí, Secretario de Agricultura y Fomento, elabora un proyecto para organizar una cooperativa con los empleados de la Secretaría a su cargo, esta cooperativa que pretendía organizar era de consumo, producción, crédito, previsión social y fomento cooperativo, este proyecto, que no prospera, se refería al cooperativismo integral. En este periodo, en el año de 1927, el presidente Plutarco Elías Calles promulga la Primera Ley Cooperativa y crea el marco jurídico para la actividad cooperativa, razón por la cual se le considera, por algunos autores, pionero del cooperativismo Mexicano.

En este recorrido histórico del cooperativismo en México, es importante resaltar a la “Cooperativa Gremio Unido de Alijadores de Tampico, C. L.”, organización que impulsó notablemente el cooperativismo en su tiempo, constituyéndose, de acuerdo con Rojas Coria, en motivo de orgullo del movimiento cooperativo mexicano: En abril de 1929 es asesinado su líder, Isauro Alfaro, por lo que los cooperativistas convocan a un congreso de sociedades cooperativas de la República Mexicana, celebrándose el 1º de octubre de 1929, con la asistencia de 500 delegados de distintas cooperativas y del presidente de la República Lic. Emilio Portes Gil. Este congreso

significaba el deseo del cooperativismo por emanciparse de la tutela que ejercían sobre él otras centrales de obreros. Así es como, desde el punto de vista ideológico, el cooperativismo reafirmaba su posición de llegar a transformar el medio social y económico.

En 1932 se crea la Federación de Cooperativas del D. F. y, con base en sus estatutos, el 6 de enero de 1933 se expide la 2ª Ley Cooperativa, publicada en el Diario oficial el 14 de mayo del mismo año, bajo el régimen del presidente Abelardo L. Rodríguez. Esta ley es bien acogida por los cooperativistas, ya que permitía una mayor claridad en términos y en funcionamiento, permitiendo la organización de cualquier tipo de sociedad cooperativa; de tal forma que en diciembre de 1934 se habían constituido 778 cooperativas con 31,762 fundadores. En este periodo, en 1932, se crea la Cooperativa Cruz Azul, en la actualidad una de las más importantes.

En el régimen cardenista (1934-1940) se da un fuerte impulso al cooperativismo, apoyo que no se había tenido por parte de otros regímenes; Cárdenas es considerado el gran promotor del cooperativismo mexicano, promulga una revolucionaria Ley General de Sociedades Cooperativas, que originó el desarrollo social y económico del nuevo cooperativismo en México. En los seis años de gobierno cardenista se crearon 937 cooperativas, pero fue en este periodo que las relaciones, antes armónicas con el sindicato se rompen.

Retomando los datos de los cuadros 8.1 y 8.2, se observa que en el periodo 1918 a 1938, se tiene un crecimiento anual de las cooperativas para los años de 1932 a 1935, de casi el 100%, lo cual no sucede con el crecimiento en el número de socios, pues solo presenta un crecimiento del 19%.

En el periodo 1935 a 1976, mostrado en el cuadro 8.2, encontramos un crecimiento en el número de cooperativas del 330% y del 879% en el número de socios, el crecimiento de este periodo se debe, principalmente al fuerte impulso recibido por parte del gobierno, tanto administrativo como económico. Impulso recibido principalmente en el sexenio presidencial del general Lázaro Cárdenas (1934-1940), el cual, como se mencionó anteriormente, fue un gran promotor del cooperativismo,

logrando así una alta participación de la sociedad en la conformación de cooperativas.

El presidente Manuel Ávila Camacho (1940-1946), da su apoyo al cooperativismo creando el Banco Nacional de Fomento Cooperativo en 1941, unificando el cooperativismo nacional con la Confederación Nacional Cooperativa en 1942. En los regímenes de los presidentes Miguel Alemán (1946-1952), Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958), Adolfo López Mateos (1958-1964), Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) y Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), el movimiento cooperativista se debilita, ya que no es apoyado por los diferentes gobiernos los cuales en cada sexenio sufren cambios importantes en sus orientaciones políticas. Es remarcable mencionar que el presidente Adolfo Ruiz Cortines eximió del impuesto sobre la renta y del impuesto sobre ingresos mercantiles (actualmente es el Impuesto al valor agregado, IVA) a las cooperativas de consumo y de producción.

Podemos observar en estos gobiernos como la caída del cooperativismo como medida gubernamental de organización social es clara, sin embargo, dentro del discurso de los líderes de los trabajadores toman como bandera la mejora del cooperativismo nacional, sin que haya un interés real.

Aunque el cooperativismo no recibió apoyo directo por parte del gobierno del presidente Luis Echeverría, cobró ánimo el movimiento y cuantitativamente supera la creación de cooperativas que se registraron en el periodo del presidente Cárdenas, alcanzando un número de 1,862 cooperativas nuevas, esto es debido al alto índice de desempleo y la fuerte crisis económica vivida en este periodo, lo cual obligó a los trabajadores desempleados a buscar alternativas de trabajo, encontrando una salida a su problema en el trabajo asociado.

El total de cooperativas creadas en estos siete últimos regímenes presidenciales – 1938 a 1976, iniciado con Lázaro Cárdenas y que concluye con Luis Echeverría - es de 6,610, de las cuales, al final del proceso, existen 4,291, es decir, el 33% desaparecieron. Sobrepasando las cooperativas de producción –2,786- a las de

consumo –1,505-, (ver cuadro 8.1) resultado muy diferente a lo que pasa en otros países de Latinoamérica⁴⁷. A partir de los años sesenta las cooperativas no volverán a formar parte importante de la política gubernamental.

El periodo 1976-1988, comprende los periodos presidenciales de López Portillo (1976-1982) y de De la Madrid (1982 a 1988). El presidente José López apoyó al movimiento cooperativo en algunos aspectos importantes, como por ejemplo, al crear por decreto La Comisión Intersecretarial de Fomento Cooperativo, para la coordinación de las cooperativas por las distintas Secretarías de Estado que tenían a su cargo esa labor. En este periodo nace la Cooperativa Pascual Boing, en el año de 1985, después de una cruenta lucha de tres años. Una vez establecida la cooperativa el presidente De la Madrid prometió ayudarlos, pero esta ayuda nunca llegó, fueron varios grupos sociales, principalmente los sindicatos los que les prestaron apoyo y ayuda económica, (Sodepaz, 2006)⁴⁸

El movimiento cooperativista internacional, a finales de 1980, muestra un evidente crecimiento, especialmente en los países altamente industrializados y en los países socialistas, siendo la tendencia al crecimiento cooperativo mucho menor en los países en desarrollo y del tercer mundo, como pudimos apreciar en los datos anteriores referentes el crecimiento de las cooperativas en México de 1938 a 1976, el cual se ve afectado, entre otros, por la poca estabilidad de los gobiernos y por los cambios drásticos en las orientaciones políticas, razón por lo que para allegarse adeptos, los líderes utilizan como bandera la mejora del cooperativismo, sin que se tenga un interés real en él (Inostroza, 1989)

A continuación se presenta el cuadro 30, en el que se muestran los periodos más importantes de esta revisión histórica sobre las cooperativas en México.

⁴⁷ En otros países latinoamericanos, como Colombia y Chile, el número de cooperativas de consumo es mayor que las cooperativas de producción. También se observa que en estos países el cooperativismo se inicia con la constitución de cooperativas de consumo (Rojas Coria, 1984:606) y en el caso de México, el inicio se da con la constitución de cooperativas de producción: Taller Cooperativo de Sastrería, Cooperativa de Carpinteros y Cooperativa de Sombrereros.

⁴⁸ www.sodepaz.net/modules.php, del 03 de agosto de 2006

Cuadro 30						
Número de cooperativas de producción y de consumo con registro vigente de 1918 a 2001						
Periodo	Total		Cooperativas de Producción		Cooperativas de Consumo	
	No. de Cooperativas	No. de Socios	No. de Cooperativas	No. de Socios	No. de Cooperativas	No. de Socios
1918-1938						
1932	308	14,439	242	10,167	66	4,272
1934	788	31,762	318		470	
1935	997	37,773				
1939-1976	4,291	369,694	2,786	142,600	1,505	227,094
1983-1988	8,017	349,047	5473	225,845	2,274	123,202
1989-1993	15,632	903,986				
1993-1994	10,455	486,462	7,137	292,307	3,318	194,155
1994-2001	10,156	469,200	6,925	286,214	3,231	182,986

Fuente: Elaborado por el autor, con base en Rojas Herrera (2003) y en diferentes fuentes, las cuales se citan en el cuadro 7.6

Basándonos en los mismos periodos tratados en el cuadro 30, en el cuadro 31, se muestra el crecimiento por periodo del total de cooperativas y miembros que las integran.

Cuadro 31		
Porcentaje de crecimiento por período de las cooperativas de producción y de consumo con registro vigente de 1918 a 2001		
Periodo	Número	
	No. de Cooperativas	No. de Socios
1918-1938		
1932		
1934	97%	120%
1935	99%	19%
1939-1976	330%	879%
1983-1988	87%	-6%
1989-1993	95%	159%
1993-1994	-33%	-46%
1994-2001	-3%	-3.5%

Fuente: Elaborado por el autor, con base en Rojas Herrera (2003) y en diferentes fuentes, las cuales se citan en el cuadro 7.6

En el periodo del presidente Carlos Salinas (1988-1994), solo se hallaban vigentes 10,445 cooperativas (Ver cuadro 8.1), esto significa una disminución porcentual del 33%, siendo mucho mayor la reducción en el número de socios que alcanzó una disminución del 46%. (Ver cuadro 31). Con respecto a las cooperativas de

producción, disminuyeron un 30%, mientras que las de consumo lo hicieron en un 39%.

En el cuadro 32, se muestra la estratificación de las cooperativas de producción y de consumo, de acuerdo al número de socios, por el año de 1993:

Cuadro 32				
Sociedades cooperativas de producción y de consumo, según estrato por número de socios, 1993				
Estrato	Cooperativas de producción	Cooperativas de consumo	Total	Porcentaje %
De 1 a 15	1,551	612	2,163	20.7
De 16 a 100	5,208	2,323	7,531	72.0
De 101 a 250	306	287	593	5.7
De 251 y más	71	87	158	1.5
No especificado	1	9	10	0.1
Total	7,137	3,318	10,455	100%

Fuente: Rojas Herrera (2003)

Como se observa en el cuadro 32, el 72% de las cooperativas eran de tamaño pequeño, el 92.7% de tamaño micro y pequeño, porcentaje muy parecido al de 1988, que alcanzaban el 86%.

Con el gobierno de Ernesto Zedillo (1994-2000), en el mes de agosto de 1994 se promulga una nueva Ley General de sociedades Cooperativas (LGSC), en la cual se decreta la desaparición de la Dirección General de Fomento Cooperativo de la STPS, encomendándose el control estadístico de las cooperativas existentes en el país a la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), el control estadístico de este organismo va a depender de los datos y copia de todos los documentos que le aporten las diferentes Direcciones del Registro de la Propiedad y el Comercio de los diferentes estados de la República Mexicana, para poder integrar y actualizar la estadística nacional de las sociedades cooperativas⁴⁹. Según los datos que presenta la SEDESOL no concuerdan con los últimos datos reportados por la Dirección General de Fomento Cooperativo de la STPS, por lo que resultan cuestionables.

⁴⁹ De acuerdo al artículo 17 de la LGSC de 1994.

De acuerdo a estos datos, el cooperativismo no solo no creció sino que experimentó una disminución (ver cuadro 32), lo cual resulta cuestionable ya que, de acuerdo a la nueva ley, se permitió el registro de las cooperativas de ahorro y préstamo, las cuales para el año 2000 eran 153 con 546,305 socios, más 23 federaciones regionales y 2 confederaciones nacionales, siendo así el sector del cooperativismo mexicano con mayor número de socios, además de que con las reformas de la ley de 1994, realizadas en 2001, se facilitó el proceso de constitución y se hizo automático el registro, una vez cubiertos los requisitos.

Todo lo anterior origina que desde 1994 el cooperativismo se encuentre en la oscuridad total, no existen controles, censos o registro alguno que indique cuántas son, qué hacen, cómo lo hacen y quiénes son los responsables.

3.1.3.1 Legislación Cooperativa

En el cuadro 33, presentado a continuación, se muestran los organismos de control estadístico de las cooperativas en nuestro país, en las cuales nos basamos para determinar los periodos de análisis.

Cuadro 33	
Organismos de control de las cooperativas en México	
Organismo de Control	Periodo
Dirección de Fomento Cooperativo de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social - STPS	1918-1938
Secretaría del Trabajo y Previsión Social - STPS	1938-1976
Unidad Coordinadora de Política, Estudios Y Estadística del Trabajo de la STPS	1977-1988
Comisión Intersecretarial para el Fomento Cooperativo	1989-1993
Secretaría de Desarrollo Social – SEDESOL y Secretaría de Economía	1994-a la fecha
Fuente: Elaboración propia, con base en lo que marcan las Leyes de las Sociedades Cooperativas de 1938 a 1994 y sus Reglamentos, así como las Reformas a las citadas leyes.	

A continuación presentamos el cuadro 34, en el que tratamos de resumir las diferentes legislaciones con base en las cuales se han regido las organizaciones cooperativas.

Cuadro 34			
Leyes que han legislado a las sociedades cooperativas en México.			
Fecha	Ley	Tipo	Características
1889	Código de Comercio	La reglamentación de las cooperativas existía en 22 artículos, que fundamentalmente transcribían en un texto híbrido las normas de los pioneros de Rochdale y las reglas de la escuela de Nimes	
1927	Primera Ley Cooperativa	Plutarco Elías Calles promulga la ley y crea el marco jurídico para la actividad cooperativa	
1933 (12 de mayo)	Segunda Ley Cooperativa y su Reglamento	Se conserva el espíritu de autonomía y democracia interna de la organización cooperativa y el espíritu de servicio en la definición del objetivo de consumo al servicio de los cooperativistas, se nota ya un fuerte tinte radical en lo político como es la presencia del Estado en la autorización para el funcionamiento de las cooperativas.	Esta legislación no tuvo una larga vida La ventaja de esta ley para el gobierno es que a través de ella se logra el control político de las organizaciones del sector civil.
1938 (11 de enero) (16 de junio)	Ley General de Sociedades Cooperativas Reglamento	Esta legislación es notable por su carácter eminentemente clasista, es decir, estaba exclusivamente concebida para la clase trabajadora, y determina que sólo serán Sociedades Cooperativas las que estén autorizadas y registradas, en ese entonces en la desaparecida Secretaría de Economía Nacional. Es obligatoria la afiliación de las cooperativas en Federaciones y Confederaciones cooperativas	Legislación que tuvo una larga, aún cuando no fructífera, existencia. Las Federaciones eran estatales y únicas y una sola Confederación Nacional con adscripción obligatoria
1989	Acuerdo con el IMSS	El pago de la seguridad social de los cooperativistas se realiza mediante el Régimen bipartita (gobierno-cooperativa), el cooperativista estaba exento de pago	La cooperativa pagaba una parte de la aportación al IMSS y el gobierno otra, por eso se le llama régimen bipartita
1994 (03 de agosto)	Ley General de Sociedades Cooperativas	Deben tributar como cualquier sociedad anónima Pago de IVA Pago de ISR Pago IMSS como patrones y trabajadores, desaparece régimen bipartita (Aumento del 20% al 25% el costo de operación) Sistema pluralista de representación de intereses, ya no es obligatoria la afiliación de las cooperativas en Federaciones y Confederaciones cooperativas, se deja en libertad (fenómeno free-rider, Olson, 1996) (Rojas, 2003: p.33)	La dependencia del Gobierno encargado del control, así vemos como pasó a la Secretaría de Industria y Comercio y posteriormente a la del Trabajo y Previsión Social. Esta Ley se caracteriza por introducir el concepto de utilidad en la fracción VIII del artículo Primero, cuando habla de repartir los rendimientos a prorrata, aún cuando en forma contradictoria la fracción VI de ese mismo artículo dice que no debe de perseguir fines de lucro. También esta Ley admite la participación de extranjeros, exceptuado en las actividades de dirección. La ley no es limitativa en el número de uniones, federaciones y confederaciones que se puedan crear.
1997	Prerrogativa para funcionamiento de las cooperativas	Exención del impuesto sobre la renta	

Cuadro 34			
Leyes que han legislado a las sociedades cooperativas en México.			
Fecha	Ley	Tipo	Características
2001 (04 de junio)	Reforma a la Ley General de Sociedades Cooperativas de 1994	Publicada en el Diario Oficial de la Federación	Régimen para las sociedades cooperativas de Ahorro y Crédito
2003 (4 de junio)	Artículo 26 de la Reforma del 04 de junio de 2001	Las sociedades cooperativas de consumidores podrán dedicarse a actividades de abastecimiento y distribución, ahorro y préstamos , así como a la prestación de servicios relacionados con la educación o la obtención de vivienda	Entra en vigor a los dos años de publicada la reforma. Para las cooperativas de Ahorro y Préstamo Popular, se deben regir por la Ley de Ahorro y Préstamo Popular, publicada el 04 de junio de 2004 y que, finalmente le dan de plazo para regularse en 2006.
2005 (DOF del 08 de diciembre)	Capítulo VII-A en el Título II de la LISR ⁵⁰	Decreto que adiciona un capítulo, el VII-A al Título II, diversas disposiciones de la Ley del Impuesto sobre la Renta, el cual hace referencia a las Sociedades Cooperativas	Entra en vigor el día 01 de enero de 2006. En esta reforma las cooperativas tienen la opción de tributar esta reforma en la cual se determina que deberán llevar una cuenta de utilidad gravable y cuando se distribuyan excedentes a los socios de este rubro, deberán calcularse los impuestos por socio, no por sociedad. Las sociedades cooperativas de producción que opten por este régimen, no podrán variar su opción en ejercicios posteriores.
Fuente: Elaboración propia con base en los documentos descritos en el cuadro.			

La ley de 1994 es la que rige la vida institucional de las cooperativas en México⁵¹, una legislación adecuada a las condiciones sociopolíticas y económicas del país, concebida y estructurada dentro de la más pura concepción del neoliberalismo económico, y concebida para la libre competencia. Sin establecer ninguna definición o perfil de carácter ideológico sanciona únicamente que la cooperativa es una forma de organización social de personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio de ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, mediante la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios.⁵² (LGSC, 2001). El tratamiento que se les da a las sociedades cooperativas en las leyes, es como si fueran sociedades mercantiles, principalmente esto afecta a

⁵⁰ Ver anexo número 4.

⁵¹ A esta Ley de 1994 se le han hecho reformas en 1997, 2001 y 2003, ver cuadro 34.

⁵² Esto es de acuerdo a la ley en su "**Artículo 2.-** La sociedad cooperativa es una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios". (LGSC, 2001)

las cooperativas de producción, como se puede observar en la reforma de diciembre de 2005, comentada en el cuadro 35.

3.1.4 Cooperativas urbanas: El Distrito Federal

Para contextualizar nuestro estudio de caso realizamos una breve referencia sobre la situación de las cooperativas en el Distrito Federal⁵³, para efectos de este apartado retomamos los datos que arroja la investigación realizada por Rojas Herrera (2003)⁵⁴

De acuerdo a los resultados de esta investigación, en el Distrito Federal actualmente se encuentran operando un total de 106 cooperativas⁵⁵, en el cuadro 35, observamos su clasificación y el periodo en que fueron constituidas:

Cuadro 35								
Clasificación de las cooperativas en el Distrito Federal								
Cooperativas	Número	Porcentaje	Periodo de constitución					
			2000-2002	1995-1999	1990-1994	1980-1989	1970-1979	Antes 1969
De producción	70	66%	25	17	6	15	4	3
De consumo	36	34%	4	66	5	20	1	0
Total	106	100%	29	23	11	35	5	3
Fuente: Elaboración propia con base en datos de Rojas Herrera (2003)								

En el cuadro 36, se observa que al igual que el contexto nacional, el número de cooperativas de producción en el Distrito Federal es mayor que el número de cooperativas de consumo, asimismo se observa que en el periodo de 1980 a 1989,

⁵³ La SCMH, objeto de nuestro estudio, se encuentra en el Distrito Federal, en la Delegación Iztapalapa, razón por la cual consideramos importante realizar un breve análisis de la situación económico-social de su entorno local, habiendo realizada anteriormente un análisis de la situación nacional.

⁵⁴ Rojas Herrera, Juan José, (2003), "Las cooperativas en México", Ediciones Molino de Letras, Serie Estudios Cooperativos Núm. 2. México. El autor, debido a la gran incongruencia de los datos reportados por el organismo encargado del control estadístico de las cooperativas, SEDESOL, realiza su investigación a través de un estudio de campo, donde a partir de los datos recabados de distintas fuentes, entre ellas Secretaría de Economía, Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL), Comisión de Fomento Cooperativo y Economía Social de la H. Cámara de Diputados, Organismos de Integración Cooperativa, Internet y Sección Amarilla.

⁵⁵ Según datos que se presentan en documentos oficiales, se habla de cerca de 300 cooperativas ubicadas en el distrito federal, pero este dato de 106 cooperativas corresponde al número de cooperativas vigentes que se pudieron localizar para el estudio de campo de Rojas (2003), razón por la que para efecto de análisis se toma este dato como población.

fue donde más cooperativas se constituyeron, de 8 cooperativas que existían a 1979, para finales de 1989 se constituyen 35 más. Asimismo, casi el 50% de las cooperativas cuenta con una antigüedad de más de diez años, por lo que poseen una rica trayectoria histórica.

Igualmente, en el cuadro 36, se muestra la estratificación de estas cooperativas en el Distrito Federal.

Cuadro 36					
Estratificación por tamaño, de acuerdo al número de socios, de las cooperativas del Distrito Federal⁵⁶					
Estrato		Número de Cooperativas de Producción	Número de Cooperativas de Consumo	Total	
Tamaño	Número de socios			Núm.	%
Micro	1 a 15 socios	48	12	60	56.6%
Pequeña	16 a 100 socios	19	20	39	36.8%
Mediana	101 a 250	0	3	3	2.8%
Grande	251 y más	3	1	4	3.8%
Total		70	36	106	100%

Fuente: Elaboración con base en Roja Herrera, 2003

De acuerdo a los datos presentados en el cuadro 37, la mayoría de las cooperativas establecidas en el Distrito Federal son de tamaño micro, el 56.6%, siguiéndole las cooperativas de tamaño pequeño, con el 36.8%; es decir, el 93.4% de las cooperativas son micro y pequeñas cooperativas, de 1 a 100 socios, mientras que las medianas y grandes tan solo representan el 7.4%. Situación muy parecida al contexto nacional de las cooperativas y del total de empresas. Dentro del estrato de cooperativas grandes se encuentra la Cooperativa Pascual Boing, S. de R. L., la cual se legalizó en 1984 con un poco más de un centenar de socios y en la actualidad cuenta con más de 5,000 cooperativistas,⁵⁷ dando margen a otros 50,000 empleos indirectos,⁵⁸ en la actualidad la cooperativa es una de las primeras en su ramo.

⁵⁶ Esta estratificación se realiza con base en la diseñada por la STPS para 1988.

⁵⁷ www.pascualboing.com, del 03 de agosto de 2006.

⁵⁸ Ídem.

Cooperativas	Número de Socios	Número de Cooperativas	Cooperativas de Hombres		Cooperativas de mujeres		Cooperativas Mixtas	
			Núm	%	Núm	%	Núm	%
De producción	4,053	70	49		5		16	
De consumo	1,748	36	16		4		16	
Total	5,801	106	65	61.3%	9	8.5%	32	30.2%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Rojas Herrera (2003)

El cuadro 38, muestra el total de socios con que cuentan actualmente las cooperativas en el Distrito federal, así como su distribución por género. De acuerdo a estos datos, según Rojas Herrera (2003), la cantidad de puestos de trabajo generados al 30 de junio de 2002 es de 5,949 (Ver cuadro 38), la participación del sector cooperativo en la Población Económicamente Activa local es del 0.32% y el número de personas que perciben ingresos directos de las cooperativas es de 48,000 personas, es decir, el 0.5% de la población total del Distrito Federal para el año 2002, dependía de la actividad económica originada por las cooperativas.

Cooperativas de Producción	
Cine y medios audiovisuales	36
Comercialización y producción agropecuaria	4
Industria metal-mecánica	64
Bienes y servicios de limpieza	20
Artesanales	5,025
Industria alimentaria y gastronómica	481
Transporte de carga y pasajeros	0
Industria gráfica y publicaciones	3
Servicios profesionales	40
Industria textil	219
Subtotal	5,892
Cooperativas de Consumo	
Vivienda	17
Ahorro y préstamos	7
Estibadores	33
Abasto	0
Subtotal	57
Total	5,949

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Rojas Herrera, 2003.

3.1.4.1 Distribución geográfica de las cooperativas de producción en el Distrito Federal.

La distribución geográfica de las cooperativas del Distrito Federal se distribuye en 14 de las 16 Delegaciones Políticas, según se muestra en el cuadro 39.

En la Delegación Cuauhtémoc se concentra el mayor número de cooperativas con 27 unidades, enseguida está la Delegación Iztapalapa con un total de 20, en la Delegación Gustavo A. Madero se concentran 14 y la Delegación Tlalpan cuenta con 10 cooperativas; en estas cuatro delegaciones se concentra el 67% de las cooperativas en el Distrito Federal.

	Delegación	Número de cooperativas
1	Álvaro Obregón	2
2	Azcapotzalco	1
3	Benito Juárez	7
4	Coyoacán	7
5	Cuajimalpa	0
6	Cuauhtémoc	27
7	Gustavo A. Madero	14
8	Iztacalco	4
9	Iztapalapa	20
10	Magdalena Contreras	0
11	Miguel Hidalgo	3
12	Milpa Alta	1
13	Tláhuac	1
14	Tlalpan	10
15	Venustiano Carranza	6
16	Xochimilco	3
	Total	106
Fuente: Rojas Herrera, 2003		

Como se observa en el cuadro 40, la mayoría de las cooperativas (65 que corresponde al 61.3%) no están incorporadas a algún organismo de integración, 17

cooperativas (16%) se encuentran integradas a más de un organismo y 24 cooperativas (22.7%) están integradas a un organismo. Con base en estos datos podemos apreciar la poca disposición de las cooperativas a participar en los organismos de integración, los cuales pueden ser un fuerte apoyo para su desarrollo.

Cuadro 40	
Organismos de integración del Distrito Federal y número de cooperativas incorporadas.	
Organismos de integración	Número de cooperativas
Unión de Cooperativas de Actividades Diversas del Distrito Federal	17
Unión de Cooperativas de Actividades Diversas del Valle de Anáhuac	2
FECINEMA	7
Federación de Cooperativas de Ahorro y Préstamo Centro-Sur	2
Confederación Nacional Cooperativa de Actividades Diversas	13
Confederación Nacional Mexicana de Cooperativas de Ahorro y Préstamo	2
Consejo Superior del Cooperativismo	2
Alianza Cooperativa Nacional (ALCONA)	14
Fuente: Rojas Herrera, 2003	

Con respecto a la participación de las cooperativas en la población económicamente activa (PEA) local, al desconocer con veracidad el número de empleos generados, calcular con datos aproximados puede generar una cifra engañosa, razón por la cual se omite este dato, que aunque es un dato importante para resaltar la importancia de las cooperativas en esta localidad, calcularlo sin datos correctos o exactos, sería aportar un dato irrelevante⁵⁹. Sin embargo, mencionamos los datos aportados por Rojas Herrera en su estudio, para el año de 2002. De acuerdo a este estudio, la participación de las cooperativas en la PEA del Distrito Federal es de 0.32% que comparada con la de 1993 que era de 0.98%, significa una disminución de 33%. Si

⁵⁹ Como se comentó al principio de este apartado, Cooperativas Urbanas: El Distrito Federal, los datos que se manejan son retomados del estudio de campo realizado por Rojas Herrera (2003), los que se fueron conformando con base en la información recabada en su estudio de campo, en el que se analizan 106 cooperativas, las que se localizaron en el área.

consideramos que el número de cooperativas ha disminuido considerablemente a partir de la apertura comercial y de las crisis económicas por las que ha atravesado el país, esta cifra la podemos considerar acorde con los datos a nivel nacional.

3.1.5 De la cooperativa a la empresa mercantil con “remanentes distribuibles”

Hasta la fecha, el gobierno sigue replanteándose la mejora de las cooperativas como formas de organización particulares o sociales⁶⁰, sin que realmente se vea algo concreto, al contrario, algunas de sus acciones las han afectado, como es la reforma a la Ley del Impuesto sobre la Renta, realizada en 1990, donde las cooperativas de producción sufren un revés, después de que en el periodo del presidente Adolfo Ruiz Cortines las eximió del impuesto sobre la renta y del impuesto sobre ingresos mercantiles; esta reforma a la ley plantea que las cooperativas son sujeto de cumplir con estas obligaciones⁶¹. Además de que ya no son consideradas en la Ley del Impuesto sobre la Renta como empresas no lucrativas, sino que se les considera como empresas mercantiles, con la reserva de que no generan utilidades sino que se consideran remanentes distribuibles⁶².

Estas reformas se empiezan a cumplir en su totalidad a partir de la publicación de la nueva Ley de Sociedades Cooperativas en el Diario Oficial de la Federación, el 03 de agosto de 1994. Rompiendo con esto el esquema tradicional de la corriente ideológica del cooperativismo, aún cuando lo soslaya al hablar de los principios de solidaridad. Esta Ley elimina el control por parte del Estado, siendo la constitución de la Cooperativa un acto eminentemente asociativo, como para cualquier otro tipo de sociedad mercantil, estableciendo su existencia al registro ante el Registro Público de

⁶⁰ A través de la Comisión de Fomento Cooperativo de la Cámara de Diputados

⁶¹ Para 1990, la Ley de Ingresos Mercantiles ya había sido sustituida por la Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Esto es totalmente legalizado con la LGSC de 1994

⁶² Con la gran reforma fiscal de 1990, las cooperativas de producción, aparte de que se les impone la obligación del IVA, los donativos que les sea aportados deberán manejarse como ingresos, es decir, sujetos al IVA y se registrarán fiscalmente como empresas mercantiles, con las reservas correspondientes de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

Comercio, como requisito para actuar con personalidad jurídica propia y responsabilidad limitada, como para el resto de las Sociedades Mercantiles.

No hay que olvidar que el cooperativismo en nuestro país siempre fue visto por el gobierno como un discurso, el cual ha sido utilizado en los momentos de crisis que desencadenan en un alto desempleo y es cuando utilizan el discurso de apoyo al cooperativismo, pero se queda en eso, en un mero discurso, dejando de lado un apoyo real para su fortalecimiento. Podríamos pensar que el desarrollo de las organizaciones cooperativas en nuestro país se ha visto reducido por la legislación, las diferentes leyes, reglamentos y sus reformas decretadas a través del tiempo. Lo cual nos ha ido indicando el menosprecio que tienen las autoridades gubernamentales para el desarrollo de estas organizaciones.

Si bien las organizaciones cooperativas representan una alternativa viable de empleo y autoempleo, especialmente en comunidades marginadas y sectores vulnerables, estas organizaciones enfrentan una serie de problemas. Son tres los aspectos en los que se centra la problemática por la que atraviesan estas organizaciones: 1) Gobierno, 2) Desde la perspectiva del análisis organizacional y 3) Comunidad. Estos aspectos son tratados en el apartado de conclusiones, en el cual se realiza una reflexión sobre esta problemática.

3.2 Estudio de Caso: Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S.R.L.

La investigación tiene como objetivo estudiar la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. C. L (SCMH)⁶³; sus orígenes vienen desde 1980, tiempo en el que un grupo de mujeres amas de casa se asoció y organizó, con el apoyo de un grupo social de apoyo a las mujeres, para resolver problemas que enfrentaban por causa de las

⁶³ En la investigación, al hacer referencia a la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L., se le denominará SCMH.

carencias de su colonia y ante la crisis económica que trajo como consecuencia el desempleo de algunas de ellas o de sus maridos.

3.2.1 Antecedentes⁶⁴

El Grupo de Educación Popular con Mujeres, A. C. (GEM) inicia en 1981 su trabajo de educación popular con un grupo de mujeres de la colonia Piloto-Infonavit⁶⁵, dimensión de trabajo nueva para ellas, pues aunque tenían ya varios años de realizar educación popular, siempre había sido con grupos mixtos. A partir de ahí empiezan a trabajar con las mujeres desde la óptica de su problemática de género, donde a partir del proceso de educación popular, logra sus objetivos de conseguir que las mujeres recuperen su palabra, sean capaces de enfrentar el mundo con nuevos recursos, reconociéndose y valorándose, sabiendo decir no, aunque se aterrorizasen al hacerlo, siendo este cambio tanto de valoración a sí mismas como doloroso. (Fernández, et al, 1991)

El trabajo de educación informal con este grupo mujeres continúa hasta finales de 1985 y, a partir de la fuerte crisis por la que atraviesa el país, la problemática familiar y de la colonia se recrudece al verse deterioradas sus posibilidades de sobrevivencia; como respuesta a este grave problema y aprovechando que entre ellas había varias mujeres que sabían cortar y coser, se conforman como una cooperativa de producción y consumo de uniformes escolares –no se legalizan como cooperativa, se conforman como grupo informal-. Esto atrae a más mujeres de la colonia, ampliándose el grupo de cooperativistas informales. Aunque esto no resuelve su problema de subsistencia, solo les alivia una pequeña parte, ya que no cuentan con

⁶⁴ Los antecedentes de la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L., se integraron con base en documentos de GEM y de la cooperativa, así como de datos recabados a través de pláticas con las responsables del proyecto por parte de GEM y de algunas socias y exsocias de la cooperativa.

⁶⁵ Esta experiencia corresponde a la Segunda Etapa del “Proyecto Tlalpan”: Mujeres de la Colonia Piloto-Infonavit, resultado de un convenio en 1980 entre el Ministerio de Desarrollo del Reino de los Países Bajos y de la Secretaría de Educación Pública, a través de la Dirección General de Educación para Adultos y posteriormente por el Consejo Nacional Técnico de la Educación.

un ningún tipo de infraestructura, solo con dos máquinas de coser caseras, en malas condiciones, ni con recursos para poder invertir en un local y en maquinaria y equipo de trabajo.

El terremoto de 1985 afectó principalmente la zona donde estaban establecidas las fábricas de prendas de vestir, dejando sin trabajo a un gran número de mujeres⁶⁶, las cuales no tuvieron protección legal de ninguna índole, así, como respuesta a este problema y para luchar por los derechos de las mujeres se funda el “Sindicato de Costureras 19 de Septiembre”. Este organismo, como resultado de su lucha, consigue que liquiden a algunas trabajadoras; en algunos casos son liquidadas con maquinaria de los talleres y fábricas dañados por el sismo. Con este equipo y con financiamiento de asociaciones europeas y organismos locales logran la constitución de cincuenta cooperativas de confección de prendas de vestir, las cuales se conforman entre 1986 y 1987, con mujeres afectadas por el sismo de 1985 y mujeres con las que trabajan diferentes grupos sociales de apoyo a la mujer.

Como consecuencia del sismo, varios talleres y fábricas se derrumbaron por lo que algunas mujeres del grupo de la Colonia Piloto-Infonavit quedan desempleadas, y apoyadas financieramente por el sindicato de costureras y asesoradas por una asociación civil, el grupo de mujeres de la Piloto-Infonavit, tanto las que ya venían trabajando conjuntamente como algunas de las que se quedaron sin trabajo, se constituye como cooperativa en abril de 1987, bajo el nombre de “Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L.”

Después de diecisiete de años de iniciado el proyecto, de las cincuenta cooperativas, únicamente sobreviven dos, una de ellas es la SCMH, en la cual, sin cambiar el objetivo para el cual fue creada, entre épocas de apogeo y de fuertes crisis, sigue existiendo una fuerte participación y cooperación entre las cooperativistas que permanecen en la organización. Igualmente, un número significativo de excooperativistas siguen manteniendo estrecha relación con la organización

⁶⁶ La industria del vestido se ha caracterizado en nuestro país por ser una industria manufacturera que contrata fundamentalmente fuerza de trabajo femenina, depende de la moda, emplea mano de obra barata, lo que hace que tenga un alto índice de competitividad.

cooperativa y cuando se presentan momentos álgidos, económicamente hablando, apoyan la producción y comercialización de sus productos y, como última instancia, la maquila de prendas de vestir.

El contexto en el que se desenvuelve la cooperativa de producción es un campo muy competitivo, así se observa que ante los procesos de globalización, los contextos organizacionales cambian a un ritmo muy acelerado por lo que las organizaciones productivas presentan nuevos desafíos al estar cada vez más expuestas a la fuerte competencia, restringiendo en forma significativa la capacidad de desarrollo de la mayor parte de ellas. Por lo que, como resultado de la fuerte crisis por la que atraviesa el país las organizaciones en general han sufrido impactos negativos, pero principalmente las pequeñas, entre las que se encuentran las cooperativas, dada la fragilidad que las caracteriza, dejándolas en condiciones de desigualdad frente a los grandes corporativos.

Razón por la que se vieron en la necesidad de conseguir ingresos y formar la cooperativa como opción para tener una fuente de trabajo y como forma de seguir participando en su colonia con otros grupos de manera organizada.

Así, la cooperativa consigue su registro en el mes de abril de 1987. La cooperativa se encuentra ubicada en el sur del Distrito Federal en la colonia Emiliano Zapata. En sus inicios empezó maquilando diversas prendas y ahora cuenta con productos propios, pañal de tela COMOSITO, sobrecamas y sacos para bebés, además de pijamas, batas de baño, delantales y almohadas en forma de animales.

Hacia 1987 los objetivos de la cooperativa fueron generar una fuente de empleo y formar una conciencia política entre las trabajadoras que les permitiera ser una cooperativa de beneficio colectivo, principalmente para las mujeres de la colonia que presentan conflictos familiares y económicos.

En un principio fue difícil para el grupo de cooperativistas entender cómo esos objetivos se traducían en acciones concretas y se preguntaban cómo hacer para que la cooperativa fuera una organización que creara valor⁶⁷, pero al mismo tiempo generara conciencia social en las trabajadoras. Aspecto que han podido ir construyendo poco a poco.

Las mujeres de la cooperativa han continuado replanteando su proyecto y sus objetivos. Han avanzado al darse formas de participación distintas, auto capacitándose, relacionándose con otros grupos y paralelamente en la búsqueda de alternativas económicas que les brinden mayores ingresos.

En la reflexión de lo que quieren y esperan lograr a través de la organización, las cooperativistas identifican el contar con una fuente de empleo que funcione de manera eficiente y les permita tener jornadas cortas de trabajo, así como un espacio de participación que favorezca la cooperación y compartir sus conocimientos, así como socializar la experiencia de la cooperativa hacia la comunidad y hacia otros grupos afines.

El capital de la cooperativa se conformó con donativos, préstamos y financiamientos de instituciones sociales que han permitido operar el proyecto. Cuentan con un local propio, de dos pisos, el cual fue adquirido con recursos de “Pan para el Mundo”, agencia alemana de ayuda social. El inmueble estaba prácticamente en obra negra y con la colaboración de los cooperativistas⁶⁸ se logró terminar con la remodelación. También, en un principio se contaba con 13 máquinas industriales: 8 rectas, 2 overlock, 1 zig-zag, 1 dobladilladora y 1 cortadora.

⁶⁷ Estos dobles objetivos, el de crear valor y realizar una acción social, son los que le dan a la organización una identidad dual.

⁶⁸ En un principio la cooperativa se conformó con mujeres y hombres, algunos esposos de las cooperativistas, pero como fue pasando el tiempo fueron retirándose al conseguir trabajos asalariados, únicamente se quedó un hombre el cual se retiró cuando la cooperativa atravesó una fuerte crisis con el cierre de las tiendas de CONASUPO en 1990.

El grupo cooperativista inició su producción maquilando diversas prendas, lo cual permitió la capacitación en la práctica de la costura ya que la mayoría no conocía el manejo del proceso productivo ni había manejado una máquina industrial, al respecto, una socia fundadora comenta lo siguiente:

Esta situación exigió al grupo de mujeres invertir un tiempo largo en el proceso de capacitación y aunado a los bajos precios que conseguían en el mercado por el pago de la maquila, impidió que las cooperativistas pudieran darse así mismas las mínimas condiciones de trabajo en cuanto a salario, jornadas cortas y las prestaciones mínimas que marca la ley. Las condiciones que estaban viviendo motivaron a las cooperativistas a buscar alternativas que les permitieran mejorar su situación. En 1988 iniciaron con esfuerzo, trabajo y entusiasmo su producción propia, diseñaron y confeccionaron un pañal de tela para bebés y registraron la marca COMOSITO, con la que iban a realizar toda su producción. La elección de sus productos la realizaron tomando en cuenta que los costos de producción no fueran altos y que no se vieran afectados por la moda, también consideraron que la materia prima se consiguiera en el mercado nacional con buena calidad, así como su confección se pudiera realizar con la maquinaria con que cuenta el taller.

La producción propia significó para las cooperativistas realizar actividades diversas tanto de diseño, corte, estudios de mercado y de opinión, como de las propias del área de administración: actividades de compras de materias primas, corte, empaque, venta, distribución, cobranza y publicidad. Recibiendo apoyo del grupo promotor, quienes se asesoraron con especialistas⁶⁹. Todo esto implicó el aprendizaje de tareas nuevas para poder competir en el mercado de manera directa y sin intermediarios⁷⁰.

⁶⁹ Dado el nivel de educación de las cooperativistas no fue posible que les dieran directamente la asesoría a ellas, por lo que el grupo promotor asignó a algunas asociadas para que la recibieran y ellas apoyaran el trabajo en la cooperativa. En el caso de la distribución de los productos, la asesoría y capacitación la recibió una socia fundadora, la cual había sido electa presidenta del consejo de administración.

⁷⁰ Inicialmente habían considerado contratar a un intermediario para la venta de los productos, pero reducía de forma considerable los ingresos a obtener, razón por la cual decidieron prescindir del distribuidor.

La venta de sus productos no ha sido fácil para las mujeres, colocar toda su producción en el mercado ha sido difícil y ha significado un esfuerzo constante, por la cual diversificaron su trabajo, combinando la producción propia -sobrecamas, sacos para dormir, mamelucos, etcétera- y continuar contratando maquila de diversas prendas, aún cuando ésta las obliga a trabajar turnos largos.

Los productos propios se han vendido en diversos estados de la República al mayoreo y en el Distrito Federal tanto al mayoreo como al menudeo⁷¹, se colocaron los productos en tiendas de gobierno, en venta directa a grupos que promueven el parto psicoprofiláctico y a particulares, al contado, a consignación y la mayoría de las veces a crédito de treinta y sesenta días⁷².

El cierre de las tiendas CONASUPO en 1992, debido a la política de privatización, afectó de manera severa a la cooperativa ya que este mercado había sido su principal nicho; a partir de este hecho, la cooperativa replanteó sus estrategias de venta, combinando la venta de sus productos y conformando una cartera de clientes que lograron a partir de sus propios contactos; pero hasta la fecha no han logrado el mismo volumen de ventas que tenían cuando vendían sus productos en las tiendas CONASUPO, por lo cual han enfrentado fuertes problemas económicos.

A causa de la pérdida de su principal cliente, los ingresos de la cooperativa se destinan al pago de salarios y a reinvertir en la compra de materia prima para poder continuar con la producción propia; no cuentan con recursos para pago de prestaciones e inversiones. Para las cooperativistas es un reto completar sus salarios y, aun cuando no ha sido fácil, han tenido periodos en los que logran salarios por arriba del mínimo vigente. En cada periodo les es más difícil lograrlo, su mercado se ha ido contrayendo y un número importante de aspirantes a socias se han retirado de la cooperativa, algunas de forma permanente, otras solo en plazos cortos en lo que

⁷¹ El pañal COMOSITO se proyectó como un producto para venta a nivel nacional.

⁷² El crédito a sesenta días es una política de las organizaciones gubernamentales, CONASUPO les compraba el 50% de la producción a 30 días y el resto a 60 días. Estos plazos tan largos en recuperar los créditos que otorgaban les repercutía en un incremento del costo de los productos, reduciendo considerablemente los ingresos de la cooperativa.

logran equilibrar su economía y, algunas más, combinan el trabajo en la cooperativa con el trabajo en talleres de costura.

La cooperativa no ha accedido, hasta ahora, a créditos otorgados por instituciones financieras⁷³, por lo que se ha visto obligada a recurrir a préstamos y financiamientos de instituciones sociales y asociaciones civiles para la compra de maquinaria o de materia prima y, en ocasiones, hasta para el pago de salarios cuando les retrasan el pago de maquila o de la venta de productos propios.

Las socias fundadoras de la cooperativa son las que han ocupado los cargos de dirección, consideran que la movilidad del grupo de cooperativistas ha sido uno de los factores que ha impedido que otras ocupen dichos cargos. Este ir y venir de las cooperativistas impide la estabilidad de la organización y se relaciona con diversos problemas como son su difícil situación económica y los bajos salarios, falta de prestaciones y, en particular, las dificultades que conllevan la construcción y permanencia del proyecto colectivo. Sin embargo, existe un grupo de cooperativistas que han permanecido desde la fundación de la organización y han impulsado el proyecto social de la cooperativa.

Durante todo el tiempo que ha funcionado la cooperativa han estado capacitando a mujeres, como candidatas a socias o en talleres de capacitación dirigidos a la comunidad, este trabajo las ha dejado muy satisfechas ya que aunque las mujeres no se queden en la cooperativa, con el simple echo de otorgarles un oficio para que sean económicamente independientes, las cooperativistas están cumpliendo con uno de sus objetivos básicos que es el de poder contribuir a que las mujeres sean autosuficientes. Ante esto, se plantean que una de sus actividades permanentes sea

⁷³ En general, tanto para organizaciones micro como para organizaciones pequeñas, es difícil que las instituciones financieras les otorguen crédito, pero si se trata de cooperativas todavía es más difícil conseguir los créditos por esa vía. Con respecto a los apoyos gubernamentales, los créditos se conceden a través de las uniones o federaciones de cooperativas, si no están inscritas a alguna, como es el caso de la SCMH, no cuentan con este tipo de apoyo financiero.

la capacitación y formación de las mujeres en la confección y diseño de prendas de vestir.

Desde ese momento empiezan a buscar la forma de poder sumar esta actividad a la cooperativa, sin dejar de lado la producción y venta de sus productos. Se vinculan con grupos productivos de mujeres de diferentes delegaciones del Distrito Federal y de algunos Estados de la República Mexicana para dar cursos de capacitación.

En los últimos tiempos y gracias a la nueva Ley de Fomento Cooperativo del Distrito Federal⁷⁴, a la organización cooperativa se le presenta un futuro menos denso, ya que cuenta con la promesa por parte del gobierno del Distrito Federal de apoyar a las cooperativas, dándoles, tanto a ellas como a otras cooperativas similares en el área metropolitana⁷⁵, la confección de los diversos uniformes que se utilicen en las dependencias del gobierno local.

3.2.2 Estructura actual de la cooperativa

De acuerdo a lo reglamentado en la LGSC (2006)⁷⁶, el organigrama de la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L., responde a la estructura formal que debe presentar una pequeña cooperativa, en la cual hay un solo responsable por cada consejo y solo una comisión que se encarga de las diferentes actividades de la cooperativa. De acuerdo a lo que establece la y lo registrado en las actas de asamblea, está conformado de la siguiente forma:

⁷⁴ La Ley de Fomento Cooperativo del Distrito Federal fue publicada en diciembre de 2005 y entró en vigencia el 1º de enero de 2006.

⁷⁵ La confección de uniformes se otorgará a través de los organismos cooperativos del área metropolitana correspondientes (Uniones y Federaciones cooperativas de la zona metropolitana).

⁷⁶ El anterior organigrama de la cooperativa está elaborado de acuerdo con la Ley General de Sociedades Cooperativas, 1994 (LGSC; 2006)



Actualmente la cooperativa cuenta con 15 socias, 3 aspirantes a socias y 5 de apoyo. En el cuadro 41, se muestra la situación actual de las cooperativistas:

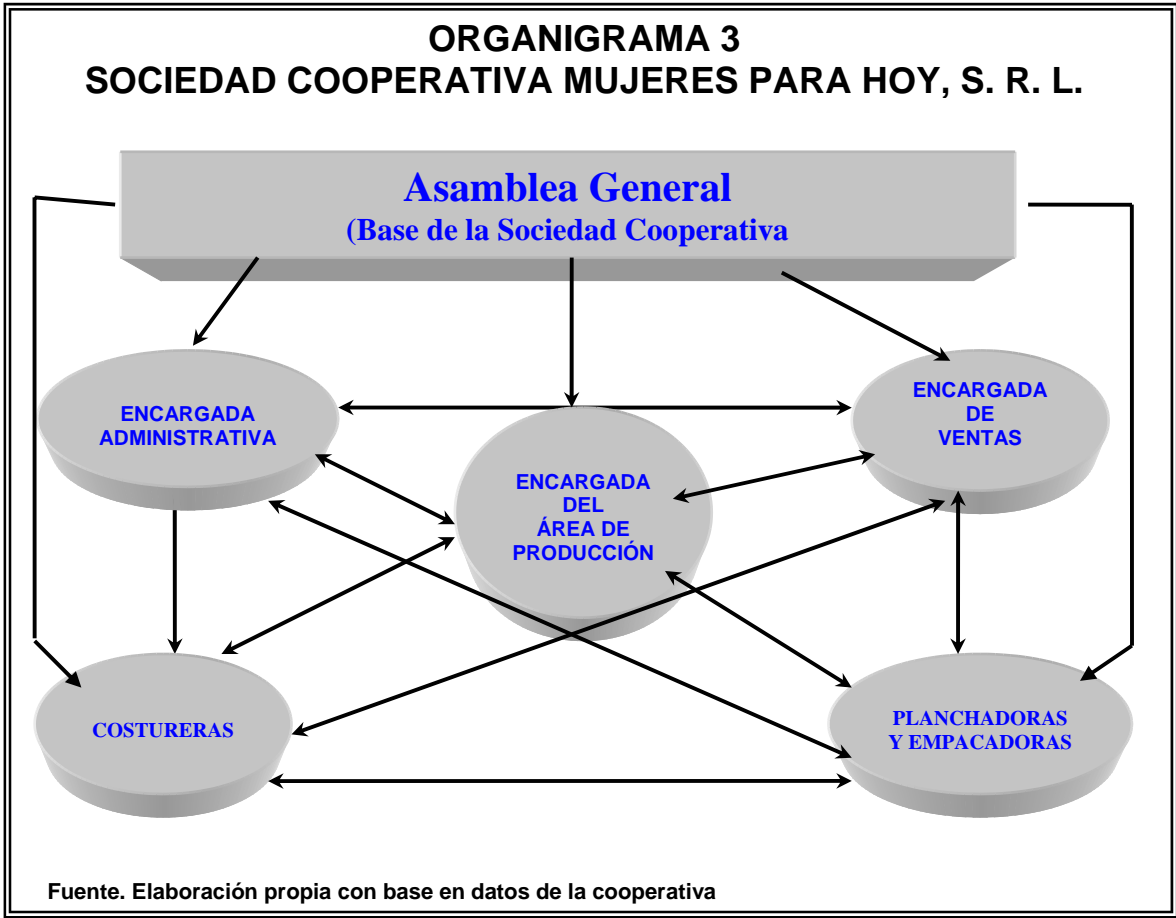
Cuadro 41		
Situación actual de las cooperativistas.		
Cooperativistas		Número
Socias	Activas	8
	No activas	7
		15
Aspirantes a socias		3
Apoyo*		5
Total		23
Fuente. Elaboración propia.		
*Las mujeres que son de apoyo las están capacitando para que se conviertan en aspirantes a socias.		

Sin embargo, es importante aclarar que el organigrama anterior es el que se presenta en los papeles oficiales⁷⁷. La cooperativa tiene una estructura horizontal en el que indistintamente las cooperativistas asumen alguna función de acuerdo a las

⁷⁷ Por papeles oficiales entendemos a las actas de asambleas generales, informes que se presentan a los organismos que apoyan a la cooperativa o aquellos a los que les tiene que dar información sobre la estructura de la cooperativa.

circunstancias que se presenten. Únicamente en el área administrativa es donde el trabajo lo ejecuta la encargada oficial de esa área ya que este tipo de trabajo (el administrativo) es el que más se les dificulta a las cooperativistas, pero apoyan en trabajos secundarios administrativos.

El organigrama, de acuerdo a las funciones que desempeñan las cooperativistas es el siguiente:



En el organigrama de la cooperativa se refleja la multiactividad que desarrollan las cooperativistas en la organización, es decir son polivalentes. Esta polivalencia se expresa, por ejemplo, en que formalmente hay una encargada de la administración, una del taller y otra de las ventas y de vinculación, sin embargo, cuando no está

presente alguna de ellas, las otras cooperativistas realizan sus funciones, tomando decisiones que permitan el funcionamiento de la cooperativa sin afectarla. En caso de que se tenga que tomar una decisión que pueda afectar la dinámica organizacional, se esperan a que llegue la encargada y se lleva al colectivo. No es necesario citar formalmente a asamblea general, sino que las socias activas, las aspirantes a socias y las de apoyo se reúnen y toman las decisiones.

3.2.3 Análisis de datos y resultados

A partir del análisis de datos del estudio de caso, se determina que la historia de la SCMH se divide en cinco etapas, las que se determinan con base en los objetivos que las cooperativistas fueron estableciendo para la organización a través de dieciocho años de vida de la organización.

3.2.3.1 Análisis cronológico

A partir de la revisión documental y sobre los datos aportados por las cooperativistas en las historias de vida grabadas, la historia de dieciocho años de la SCMH se clasifica en cinco etapas⁷⁸, en la primera etapa se considera el periodo previo a la formalización de la cooperativa, donde un grupo de mujeres se reúnen para llevar a cabo acciones que les permitan resolver los problemas que se suscitaron por la carencia de una serie de servicios básicos en la colonia lo que no les permitía tener calidad de vida. Las etapas II a V, comprenden los periodos de vida de la organización una vez que fue formalizada; se analiza a partir de que deciden legalizar a la cooperativa hasta el año 2004, momento en que se da un cambio en los objetivos de la SCMH. En el cuadro 42 se presenta un resumen del análisis cronológico, clasificado en etapas, resaltando las características más importantes de cada periodo.

⁷⁸ Estas etapas se determinaron con base en documentos de GEM, de la SCMH y con datos aportados por las socias en las entrevistas grabadas y verbales, de 1985 a 2005.

Cuadro 42		
Historia de la SCMH clasificada en etapas		
Etapa		Características
I	De 1985 a 1987 Antecedentes de la cooperativa	Etapa previa a la constitución de la Cooperativa. Proceso en el que se identifican las cooperativistas y encaminan sus esfuerzos a consolidarse como grupo, para posteriormente formalizar la cooperativa.
II	De 1987 -inicio de operaciones- a 1988 Etapa de formalización de la cooperativa	Estabilización de la cooperativa. En esta etapa logran formalizar la cooperativa, se capacitan como cooperativistas y reciben una serie de seminario de formación en derechos de la mujer, por parte del grupo promotor. Se definen los grupos al interior de la cooperativa. Inician la preparación para elaborar productos propios. Con respecto al espacio físico de la cooperativa, con cooperación de todos los cooperativistas logran su organización e instalación.
III	De 1989 a 1992 Periodo de auge de la organización como cooperativa de producción	Etapa de crecimiento y consolidación de la cooperativa. Empezan la fabricación de productos propios. Consiguen su nicho de mercado y logran capacitar y formar a un número importante de cooperativistas.
IV	De 1993 a 2000 Etapa en la que la organización se plantea ser un centro de formación de mujeres	En esta etapa la cooperativa empieza a declinar. El tamaño de la cooperativa, con respecto al número de socias y aspirantes a socias, disminuye, debido a las crisis económicas y a la inestabilidad y, finalmente, cierre de su nicho de mercado. En este periodo se inicia la etapa en la que la organización se empieza a concebir como centro formación de cooperativistas de costura, además de su actividad productiva.
V	De 2001 a 2004 Periodo en que la organización se formaliza como centro de formación.	En este periodo el objetivo principal de la cooperativa es convertirse en un centro de capacitación y formación de cooperativistas en la rama de la costura. Razón por lo que sus esfuerzos se encaminan al cumplimiento de dicha meta.
Fuente: Elaboración propia con base en archivos de la cooperativa y del grupo promotor y en datos proporcionados por las cooperativistas.		

Esta clasificación se realizó tomando como base las características que las cooperativistas fueron otorgando al proceso organizacional de la SCMH, es decir, los objetivos que fueron naciendo después de que analizaban la situación por la que atravesaba la SCMH. A continuación se realiza el análisis de cada una de las etapas.

3.2.4 Resultados del análisis de las historias de vida de las cooperativistas y de la revisión documental

El análisis de las narrativas de las cooperativistas proporciona resultados sobre la construcción de la identidad organizacional y las características organizacionales resultantes de la forma en que las cooperativistas desarrollan su dinámica organizacional.

3.2.4.1 Construcción de la identidad organizacional

El análisis y construcción de la identidad organizacional de la SCMH se presenta en dos partes; la primera parte es referente al proceso de integración del grupo de mujeres, las cuales a través de la asociación y de las relaciones interpersonales que se desarrollan entre ellas, van construyendo su grupo de identificación y su identidad de grupo. En la segunda parte se presentan los aspectos de identidad organizacional de la SCMH, considerando a la organización como su grupo de identificación. La construcción de la identidad organizacional de la SCMH se realiza en las etapas II a V, determinadas en el análisis cronológico realizado anteriormente y que se muestran en el cuadro 42.

De acuerdo a las narrativas de la historia de la cooperativa, realizada por las cooperativistas fundadoras y complementada por las que se fueron integrando paulatinamente, pero que su paso y/o permanencia en la SCMH dejó huella, es como se reconstruye la historia de la SCMH y la construcción de la identidad organizacional, la cual determina sus características organizacionales.

3.2.4.1.1 Etapa I. Periodo de identificación grupal, antecedentes de la cooperativa, de 1985 a 1987.

Construyendo una identidad grupal comunitaria

En este periodo se analizó el trabajo comunitario que realizaron las mujeres de la cooperativa en su colonia, la Piloto-Infonavit. La identidad individual y grupal en este periodo, básicamente está conformada por los principios básicos de la asociatividad, es decir por la solidaridad y la ayuda mutua. Donde además, destacan los valores de igualdad, responsabilidad, respeto, equidad, entre otros.

Teresa (T_1), a la cual se considera la pionera, desde muy joven participó en grupos religiosos y populares, ayudando en las colonias marginadas a la gente necesitada, en los hospitales acompañando a los enfermos que no tienen familia, participando en marchas y mítines a favor de los huelguistas. Se puede considerar a T_1 como la lidereza, en toda la historia de la SCMH. A continuación se presenta una serie de extractos de la entrevista realizada a T_1 .

“...a los dieciocho años empecé a tener contacto con grupos de iglesia y empezábamos a ver todas las cuestiones laborales. ... entré desde muy joven en el movimiento llamado Juventud Obrera Cristiana (JOC), ahí analizábamos cuestiones sobre la vida familiar, laboral, para ver de que manera podíamos interesarnos en los problemas de los otros”.

“... los sábados y domingos que no trabajábamos nos dedicábamos a visitar en nuestra calle a la gente más desamparada, íbamos a donde había gente que vivía en casitas de madera con techos de cartón y nos cooperábamos entre todos para comprar algunas láminas para arreglarles su techo, o pintura para pintarles su casa, íbamos a los mercados a pedir fruta para llevar a los hospitales, al General, con las personas que no tienen a nadie.”

“El presidente de la JOC sacó una carta de apoyo al movimiento de 68, por lo que la jerarquía desaparece a la JOC. Me sentí mal y ya no

quería saber nada de la iglesia. Empezamos a trabajar solos, con las colonias, las escuelas, ya estaba casada, me case en el 69.”

“Como participé mucho en trabajo comunitario a través de la iglesia, me formé y sabía ayudar y cooperar con los necesitados.”

“...yo me acuerdo que mi abuela materna tenía un dicho que decía: el que da de lo que come, come de lo que ve, ella decía así y sí es cierto, pues es como un compartir.”

En la entrevista a una de las cooperativistas, hija de T₁, al hacer referencia a su mamá, comenta:

“Yo entré a la cooperativa, primero que todo porque mi mamá es una de las organizadoras de ahí de la cooperativa y yo veía que mi mamá siempre ha tenido ese don de ayudar a la gente, aunque ella no tenga nada, ella siempre da lo que ella tiene, como persona y, o sea, yo la admiro de esa manera...” (C)

Así, la participación de T₁ en grupos religiosos de apoyo a la comunidad va conformando su identidad como un individuo con un alto grado de altruismo, que coopera en actos de solidaridad con personas con necesidades económicas y personales.

A través de este tipo de prácticas, al llegar a la colonia Piloto-Infonavit y encontrar que existían una serie de problemas de infraestructura en la colonia, junto con otros colonos se empieza a organizar para tratar de resolverlos. Poco a poco se va conformando un grupo de mujeres que se identifican por las necesidades que tienen en su vida cotidiana, tanto económicas como familiares, es decir, enfrentan problemas económicos tanto por los sueldos bajos de ellas y/o de los maridos o por que alguno de ellos están desempleados y no pueden hacerle frente a los problemas de carestía de la vida y, al tener este tipo de problemas, se empiezan a presentar

conflictos de pareja y familiares que van haciendo más difícil la convivencia en la casa.

También, en algunos casos, tienen que hacerle frente a problemas de alcoholismo y hasta de drogadicción de algún miembro de la familia, principalmente del esposo, y puede haber, por esta causa o por problemas de machismo, golpes e insultos, provocando que la autoestima de las mujeres se encuentre casi perdida. Razón que incita a las mujeres a integrarse a grupos donde logren un espacio en el que logren ser parte importante y realizar una actividad que les ayude a la solución de sus problemas económicos, así como unos oídos que las escuchen y reconforten, sintiéndose apoyadas.

Las cooperativistas hacen una remembranza de cuando se empiezan a integrar para resolver los problemas de la colonia y como a través de esta asociación fueron identificándose y cooperando hasta llegar a formar grupos productivos, a continuación se presentan algunos extractos de los comentarios que hicieron al respecto:

“...cuando llegamos acá a la Piloto, pues empezamos a participar dentro de la colonia, de la unidad, bueno, sobre todo en las reuniones de colonos se manifestaban sobre todo las carencias, de repente no había agua a pesar de que era una unidad del Infonavit, no teníamos agua, este, había pocos peseros, este, no había kinder, había una sola primaria para toda la unidad, también había problema con la recolección de basura” (T₁)

“Gustavo (su marido) también participaba en lo de la colonia, pero cada uno por su lado, por separado. Nos empezamos a separar y es que el empezó a tomar, tomaba mucho. Después aparecieron los golpes, los insultos, pero yo pensaba que era temporal...”y pues se necesitaba el dinero para darle de comer a los hijos y mandarlos a estudiar...” (T₁)

“...como mi marido se quedó sin trabajo y solo tenía chambitas, pues necesitábamos lana...para vivir y pues yo pensaba que con

las vecinas, con las que ya hicimos grupo, con esas que sabíamos llevarnos bien, pues hacer algo que nos ayudara con lo de los gastos de la casa y de los chicos. A mi me gustaba hacer cosas con ellas...nos entendemos desde entonces...” (ML)

“... nos empezamos a reunir en las asambleas de colonos...ahí algunas de nosotras empezamos a ver como hacerle para hacer las cosas bien y que tuviéramos resultados, pues en las asambleas era puro hablar y nada se hacía,...También nos juntamos para hacer funciones de cine, analizábamos la película y pues cada uno decía que les pareció.” (T₂)

“...nosotros conseguíamos para la escuela cosas, íbamos al DIF, así a muchos lados para conseguir cosas para el día del niño, de las madres, eran juguetes o teatro, diversiones para los niños y hasta la merienda, como estábamos en la tarde nosotros, entonces, la merienda...” (T₁)

“...Nos apoyábamos en todo, hasta nos poníamos a platicar sobre nuestros problemas y pues algunas nos aconsejaban para no dejarnos y para como hacerle para comprar con lo poco que teníamos...” (S)

Las mujeres empiezan por organizar una cooperativa de útiles escolares, pero no la legalizan, funcionan de modo informal, posteriormente se integran para confeccionar los uniformes de sus hijos, logrando a través de la cooperación y la ayuda mutua reducir el costo y el tiempo de elaboración de los uniformes, al respecto ellas platican lo siguiente:

“...entonces formamos una cooperativa de útiles escolares, no era cooperativa como tal, sino solo para venta de útiles escolares a bajo precio...” (T₁)

“...que nos juntamos unas poquitas para, como que de repente así como que te quedas un rato platicando y eso y “oye fíjate que voy a hacer el uniforme a mis hija y la ayudamos a hacerlo”... y unas le ponen botones y otras hacen el dobladillo y así nos juntamos y

empezamos a hacer el uniforme de todos nuestros hijos, no nos salían tan caros y, además, los hacíamos en un ratito; y de ahí fue que empezamos a pensar en la cooperativa.” (S)

“Empezó la cooperativa, primero pon ser una cooperativa de útiles ahí donde nosotros vivíamos, y de ahí se fue organizando la gente, o sea, fue una inquietud que la gente tuvo porque no les alcanzaba el dinero, unas no sabían como organizar una cooperativa y, entonces, mi mamá tenía amigas que empezaron a ver esas inquietudes de la demás gente, entonces, así empezó a nacer la cooperativa...” (C)

“...entonces dijimos bueno, vamos a hacer algo, pero que saquemos lo económico, y que podamos trabajar todas aunque tengamos hijos.” (T₂)

A partir de aquí, las cooperativistas inician un proceso de planeación de su organización, establecen los medios a través de los cuales van a conseguir sus objetivos, empiezan a crear una serie de compromisos grupales. Con base en sus relatos rescatamos lo siguiente:

Porque éramos de la misma colonia, por eso fue que decíamos que si conseguíamos algo, tiene que ser un local cerca para que no nos “desperdiguemos”...” (T₁)

“...siempre habíamos pensado también en que fuera un horario como flexible, porque... por la necesidad, por los niños que necesitan estar con uno para que se puedan vigilar...” (S)

“...pensábamos nosotros hacer dos turnos para que la gente se pudiera ir temprano. O sea, haz de cuenta, entrar a las siete y salir a las tres...” (S)

“...pensamos que en la cooperativa se debe dar permisos para atender a los hijos y si hay algún familiar enfermo o que las mujeres tengan que ir al médico,...pero que después cuando

puedan paguen sus horas, es decir, que no se descuente lo que no trabajan, pero que paguen tiempo de permiso,...así creo que debe ser, no como en los talleres, donde los patrones no se interesan por los problemas que nosotras tengamos...” (S)

El diseño de la SCMH que realizan las mujeres es de una organización flexible, que les permita cumplir al mismo tiempo con sus deberes como amas de casa, es decir velar por la familia, y con sus obligaciones laborales.

A través de la asociación de las mujeres para ir resolviendo una serie de problemas que existen en la colonia, se observa como se van estableciendo relaciones interpersonales muy estrechas entre ellas, tanto en el aspecto de búsqueda de soluciones a sus problemas, como de amistad y de reciprocidad, donde las familias socializan en todos los aspectos de la vida cotidiana.

“...E y yo nos hicimos amigas desde que empezamos a trabajar juntas, tan así que cuando mi hija la mayor tuvo a su hija ella fue la madrina, pero más parece la madrina de mi hija porque siempre está al pendiente de ella.” (T₁)

Con base en el análisis realizado se observa que las características de identidad individual y grupal que predominaron en la etapa previa a la formalización de la SCMH se muestran en el cuadro 43:

Cuadro 43 Características de identidad individual y grupal en la etapa I, previa a la formalización de la cooperativa		
Nivel	Características	Dimensiones
Individual	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Honestidad ▶ Reciprocidad ▶ Compromiso con las compañeras ▶ Compromiso con la comunidad ▶ Ayuda mutua ▶ Voluntad de compartir conocimientos y experiencias 	Solidaridad y cooperación
Grupal	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Relaciones interpersonales afectivas ▶ Compromiso con la comunidad ▶ Solidaridad comunitaria ▶ Confianza mutua ▶ Espíritu de colaboración 	Valores comunitarios

Con base en lo anterior, se puede decir que en esta etapa, en el comportamiento de las colonas ha prevalecido la solidaridad y la cooperación, tanto individual como grupal, donde sobresale la ayuda a la comunidad, creándose un compromiso hacia las compañeras y hacia la sociedad. Sobresaliendo en el nivel individual un fuerte grado de altruismo de T_1 , influenciado por su formación social en grupos religiosos de ayuda a la comunidad.

La solidaridad en este periodo es muy fuerte y a través de ella se empiezan a formar vínculos estrechos entre las colonas, las relaciones interpersonales afectivas se empiezan a marcar como una constante en su actividad diaria. Estas características de identidad provocan un vínculo fuerte de identificación con el grupo, donde las mujeres que no las comparten se empiezan a separar del grupo. Esta identidad grupal generó la acción colectiva y la cooperación dentro del grupo al reunir a las mujeres para empezar a crear cooperativas de útiles y uniformes escolares, logrando un grupo comprometido, en el que la confianza y el compromiso aparecen como valores compartidos fundamentales.

Se puede entender entonces que las características de identidad de esta etapa son principalmente la solidaridad y la ayuda mutua, aspectos básicos de la asociatividad⁷⁹ (mutualidad⁸⁰) y que a través de estos valores comunitarios se crearon los lazos de confianza y reciprocidad en el grupo de colonas. Asimismo, si consideramos al capital social como los sentimientos de solidaridad, consideración, respeto, sentido de obligación, o la confianza que una persona o un grupo siente por los demás, y los cuales se fundamentan en relaciones (Siles, et.al., 2003) interpersonales que permiten la acción colectiva, podemos pensar entonces que el grupo, al interactuar, a creado su capital social.

3.2.4.1.2. Etapa II. De 1987 –formalización de la cooperativa e inicio de operaciones- a 1988.

Hacia la construcción de la identidad organizacional, los inicios.

En este periodo, una vez que las mujeres tienen claro que quieren formalizar su cooperativa, recurren al apoyo de la Asociación Civil (GEM); esta organización se plantea apoyarlas como parte de sus proyectos productivos, por lo que dos socias coordinadoras de los proyectos son comisionadas para apoyarlas en la formalización de la cooperativa. Al respecto, las cooperativistas comentan lo siguiente:

⁷⁹ Se entiende como asociatividad (associability), de acuerdo a Leana y Van Buren, 1999, a la buena disposición y capacidad de los participantes en una organización para subordinar las metas individuales y las acciones asociadas a las metas y acciones colectivas. La asociatividad combina elementos de sociatividad (la capacidad de interactuar socialmente con otros) con la buena disposición de subordinar intereses individuales a los objetivos del grupo, por lo que la asociatividad puede ser mejor comparada con el concepto de colectivismo, donde ha sido examinada como una característica de los individuos, organizaciones, grupos y culturas. Un elemento esencial de una sociedad colectivista es que los individuos subordinan sus intereses personales a las metas de su colectivo (Early, 1989, citado por Leana y Van Buren, 1999)

⁸⁰ Entendiendo a la mutualidad como la asociación de personas en la que se unen voluntariamente para tener acceso a ciertos beneficios donde esta asociación se da con base en los principios de solidaridad y ayuda mutua. Es decir la asociación se da para recibir beneficios recíprocos.

“Porque éramos de la misma colonia, por eso fue que decíamos que si conseguíamos algo, tiene que ser un local cerca para que no nos “desperdiguemos”. Que siempre habíamos pensado también en que fuera un horario como flexible, porque... por la necesidad...” (T₁)

“...conseguimos el donativo antes de que tuviéramos el local y compramos unas máquinas usadas, ...pudimos comprar una maquineta nueva, pero no sabíamos y creíamos, bueno, si vamos a entrar todos, vamos a necesitar muchas máquinas y entonces, este, a lo mejor compramos unas usadas” (T₂)

“...habíamos comprado dos o tres máquinas nuevas y en la casa de ella (una de las vecinas) las metimos, porque no había entonces lugar para tenerlas...” (M)

“...hubo una compañera que ya ni firmó las actas porque no estaba de acuerdo en la compra de una maquinaria (usada)... bueno, conseguimos el donativo antes de que tuviéramos el local y compramos unas máquinas usadas, a lo mejor tenía razón porque pudimos comprar una maquineta nueva, pero no sabíamos y creíamos, bueno, si vamos a entrar todos, vamos a necesitar muchas máquinas y entonces, este,...compramos unas usadas. (S)

Cuando compran la maquinaria no tienen donde guardarla por lo que deciden llevarla a la casa de una de las vecinas, donde la tienen por un tiempo en lo que consiguen local. Cuando consiguen un lugar para guardar el equipo que van adquiriendo, se trasladan a la casa de la vecina a recoger las máquinas, pero no quiso entregarlas, aludiendo que como eran máquinas usadas entonces tenía el derecho de quedarse con las ellas. Ante este hecho, las cooperativistas se organizan y deciden realizar un plantón frente a la casa de la vecina, logrando así la devolución de las máquinas de coser.

Como se mencionó en el apartado anterior, a través de la solidaridad y del apoyo entre los miembros del grupo se lleva a cabo la acción colectiva para el logro de sus objetivos. Una vez que deciden formalizar la cooperativa, con el apoyo de GEM, se

organizan en las diferentes tareas de recolectar información, papeles y organismos que las apoyen en la adquisición de un local para constituir la organización.

“...no sabían como organizar una cooperativa y, entonces, mi mamá tenía amigas que empezaron a ver esas inquietudes de la demás gente, entonces, así empezó a nacer la cooperativa.” (C)

“...las compañeras de GEM, son las que nos apoyaron para organizar la COPE, ellas consiguieron que los de Alemania les dieran donativos para sus proyectos y, pues nosotras fuimos uno de sus proyectos.” (T₁)

“Yo fui la que me encargué de hacer los tramites junto con las compañeras de GEM, nos encargamos de ver al notario, y nos asesoraron en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Fue mucho trabajo juntar los documentos de las que íbamos a ser socias” (T₁)

“Todas estábamos emocionadas con lo de la Cope, pero fue muy difícil juntar los papeles, algunas no tenían sus papeles en su casa, por lo que tuvieron que ir a sus pueblos, otras no tenían papeles, pero todo se arregló” (S)

Al tener resuelto lo administrativo y el apoyo financiero, para cubrir los gastos preoperatorios de organización⁸¹ e instalación de la SCM_H, en lo que realizan los trámites legales, se reúnen para determinar las características organizacionales de la SCM_H. Paralelamente, se organizan para acondicionar la casa que compraron para instalar la cooperativa con la participación de familiares, esposos, hijos, algunos hermanos y padres de las cooperativistas. (Ver fotografías en el anexo 3)

“Las de GEM nos apoyaron para poner la aportación para ser socias, ellas consiguieron donativos y quedamos que nosotras

⁸¹ Para constituirse como cooperativa se debe conformar las Aportaciones de los Socios con las aportaciones individuales de quienes formaran parte de la cooperativa como socias. La aportación de las socias potenciales fue cubierta 50% a través de donativos obtenidos y el otro 50% se los prestó GEM, debiéndolo reintegrar posteriormente con trabajo realizado.

cupríamos el cincuenta por ciento con nuestro trabajo y lo otro (cincuenta por ciento restante) era del donativo, pero hubo algunas, bueno de las que se fueron cuando el conflicto que nunca repusieron su parte...” (T₁)

“...lo que se le ha hecho a la cooperativa, no ha salido, como te dijera, no ha salido tampoco del trabajo, sino se ha conseguido, poco a poco, poner el piso, componer la escalera, se ha ido invirtiendo, se consiguió dinero de ONG's, se visitaron casas de materiales de la colonia, algunos vecinos nos regalaron cosas de construcción que ya no usaban y con el apoyo de nuestras familias logramos poner mas o menos a la casa...” (T₁)

“...fue muy cansado arreglar la Cope, pero bueno, valió la pena pues como estaba no se podía trabajar. Algunos vecinos nos apoyaron, pues T₁ fue a platicar con ellos sobre lo que íbamos a hacer con la casa, que la COPE nos iba a servir para tener dinero para nuestras familias...” (T₂)

A través de esta acción que permitió la socialización de las cooperativistas con sus familiares, se empiezan a conformar interrelaciones afectivas estrechas entre algunas familias, favoreciendo el desarrollo de las relaciones interpersonales. De igual forma, se observa la solidaridad que permea a las cooperativistas y que, en algunos casos, se extiende a sus familiares.

El grupo de cooperativistas esta conformado por personas con diferentes concepciones sobre lo que es una organización cooperativa. Realizan varias reuniones para platicar sobre ello y en el camino se van separando las mujeres que difieren de las propuestas de la mayoría. Existen algunas cooperativistas que no coinciden del todo con el proyecto, aunque continúan siendo parte de él.

“Varias compañeras ya no quisieron participar, no estaban ellas de acuerdo con nosotras de cómo queríamos que fuera nuestra cooperativa, ellas pensaban que debía ser como un taller, otras como que solo querían lo de los donativos para que se

repartieran...". (T₁)

"...algunas compañeras que entran y que, haz de cuenta que veían aquí, bueno: "si se nos paga y hacemos poco", siempre estábamos sacando dinero, de cómo fuera, para pagar. Este, como que se veía como minita, ¿no? Así fueron saliendo, algunas no, algunas salieron, por ejemplo, Socorro... ella más se decidió a estar en su casa, no le gustaba..., sobre todo a estar tanto tiempo en la cope ¿no? Y otras también, así, igual también, como hubo otra que nada más duró creo que quince días o un mes y que habíamos unas compañeras que también andábamos allá y todo, pero ya en cuestión de trabajo ya era diferente." (T)

"Ahí (en la cooperativa) como que ya había ciertas cosas de horario que cumplir o participar en eventos, ayudar a las que todavía no tenían práctica (en la costura), o así, y que ya frenaba, ¿no?" (S)

Una vez formalizada la SCMH, en enero de 1987, inician sus operaciones con cursos de capacitación y formación para las aspirantes a cooperativistas que así lo requieren; realizan seminarios sobre solidaridad y derechos de las mujeres, cursos conseguidos por GEM en los que participan como ponentes miembros de otras asociaciones civiles de apoyo y educación a mujeres; efectúan asambleas para determinar el objetivo de la organización; las metas a las que quieren llegar y planean la forma de lograrlo. En esta etapa se da una división de las cooperativistas, donde a partir de sus principios y objetivos personales se forman dos bloques:

- a) El bloque mayoritario, de cooperativistas que persiguen la conformación de la SCMH como un espacio laboral que brinde empleo y un salario estable que les permita resolver sus problemas económicos, un lugar laboral que les permita adecuar sus horarios de trabajo a sus necesidades personales, familiares, así como un lugar donde, principalmente, las mujeres se capaciten para enfrentar el mundo laboral y hacerle frente a sus problemas económicos.

- b) El otro bloque, minoritario, está conformado por aquellas cooperativistas que quieren que la SCMH funcione como una fábrica⁸², es decir, que lo primordial es generar ingresos para que tengan un buen salario, fijando dos turnos de trabajo de ocho horas cada uno; que se sorteen los turnos y que se cumpla con las horas de trabajo, de entrada y de salida, independientemente de su situación familiar, ya que lo que se persigue es el ingreso para cumplir con los salarios.

Después de seis meses de planeación sobre el rumbo de la organización y después de analizar cuál sería el mejor objetivo a conseguir, las cooperativistas establecen una serie de acuerdos para lograr que la SCMH cumpla con su fin social, es decir, que sea un espacio laboral flexible, que permita a las cooperativistas con hijos pequeños o en edad de estudiar educación básica, un horario adecuado a sus necesidades; que las cooperativistas que tengan alguna enfermedad que requiere de tratamientos largos, también puedan contar con un horario flexible para que puedan asistir a las consultas o terapias, pudiendo pagar posteriormente esas horas no trabajadas; que las aspirantes a socias que se les tiene que capacitar, las horas que empleen en los cursos de capacitación les sean pagados y, que con su trabajo en la cooperativa puedan obtener recursos que les ayuden a equilibrar su situación económica familiar. Igualmente, sólo que sea necesario, aceptar maquilas, es decir, cuando no se tengan ingresos suficientes para el pago del trabajo realizado⁸³. Por supuesto, los pagos sobre trabajo realizado no podrán ser altos, ya que esta flexibilidad no permite alta productividad para poder generar ingresos suficientes que absorban las concesiones que se tienen que dar para lograr jornadas laborales flexibles.

Ante esta situación, la mayoría de las cooperativistas del primer bloque se sienten agraviadas por estos acuerdos, ya que consideran que este tipo de flexibilidad tanto

⁸² Es un pequeño porcentaje de cooperativistas inconformes, la mayoría de ellas no se han integrado a las actividades intraorganizacionales, prácticamente solo realizan su trabajo sin convivir con los demás. Algunas de ellas muestran interés solo por lo económico, sin interesarles el proyecto social.

⁸³ En la cooperativa se maneja el discurso de que al aceptar maquila se está aceptando que se les explote, ya que es mal pagada y para recibir ingresos suficientes tienen que trabajar largas jornadas.

laboral como de organización, no ayuda a que “el taller”⁸⁴, produzca altos ingresos y sin avisar dejan de asistir a la cooperativa. El grupo de cooperativistas del primer bloque deciden seguir adelante y esperar el regreso de las cooperativistas que se retiraron.

Durante el periodo de capacitación inician la producción con una maquila, la cual les sirvió para apoyar financieramente su etapa inicial operación, determinando las habilidades y carencias de profesionalización del trabajo de costura de cada cooperativista.

“Conseguimos una maquila, que bueno, eso sí, la conseguimos por Ana, que era únicamente etiquetar, etiquetar pantalones, etiquetar camisas, pues nos iba muy bien...era muy grande y la pagaban bien...” (T₁)

“...aquí (planta baja) se hacía todo el etiquetado, eran veinticinco mujeres y arriba estaban quince” (S)

“...aunque nos iba bien era muy pesado, había que trabajar mucho para la sacar y nos la pagaban bien porque eran de parte de Ana, eran sus conocidos...” (S)

“Con la primer maquila nos fue bien...sacábamos hasta para mantenimiento. Las maquilas que conseguimos después ya no fueron lo mismo, ya que trabajábamos demasiado y nada, no sacábamos para todo, solo para salarios y pues las mujeres ya no querían trabajar tanto y no alcanzaba bien.” (T₂)

Invirtieron varios meses en el proceso de capacitación, formación y alfabetización, por lo que tuvieron que seguir maquilando para obtener recursos para pago del trabajo realizado, y esto, aunado a los ingresos bajos que obtenían por maquila, ya que son pagadas a muy bajo precio, les impidió que pudieran obtener las mínimas condiciones de trabajo en relación a los ingresos obtenidos: jornadas laborales

⁸⁴ Las cooperativas de este bloque, le llaman taller a la cooperativa, ya que para ellas esta organización es como cualquier empresa mercantil, donde el fin es el crecimiento para la obtención de ganancias.

flexibles y cortas y prestaciones sociales. Deciden que las cooperativistas que puedan laborar más horas, apoyen en su trabajo a las que solo puedan laborar pocas horas, con el fin de terminar la maquila en tiempo, pues en caso de no cumplir con ella, tendrían que suspender la capacitación. Por estas razones recurren a otras alternativas para mejorar su situación.

“...incluso, pensábamos nosotros hacer dos turnos para que la gente se pudiera ir temprano... pues, este, como que de repente, ¿sí?, sueñas, ¿no?” (T₁)

“...pues fue una época re pesada porque todo lo planeado de horarios cortos y eso, pues no se podía dar, ya que en la mañana se capacitaba gente y por la tarde, las que sabían pues maquilaban y las que no se les daban clases para aprender a leer y escribir...muchas no sabían ni eso y...pues como las enseñas...”

(S)

“...aquellas que duraron quince días, no, con algunas de esas nos identificábamos, pero también, como tenían a sus hijos chicos y todo eso, pues se les complicaba, ya que nos quedábamos todo el día...” (T₂)

...otras veían como le hacía pero se quedaba y al llegar a sus casas el marido le decía, oye, pues es que, llego y no hay comida ¿no?, o llego y ¿qué pasó? Que desmadre, ¿no? O los chiquillos también. Mi hija la que vino ahorita, se encargó del más chico, y ella dice: “Yo fui más que su madre”. Porque ella lo cuidaba y todo mientras yo estaba en la cope...” (T₁)

Los comentarios anteriores muestran como las cooperativistas tuvieron que sacrificar sus intereses a favor de los de la SCMH, mostrando una gran lealtad y fidelidad hacia la cooperativa, respetando las reglas y los procedimientos decretados por la organización y participando en las actividades propias de la entidad, es decir, las cooperativistas se implicaron tanto en las actividades productivas como en las sociales dentro de la SCMH.

Asimismo, debido a que entre las cooperativistas que desean ser aspirantes a socias se encuentran algunas, que sufrieron episodios de violencia⁸⁵, las socias deciden que se deben integrar a los seminarios sobre derechos de la mujeres y recibir terapias psicológicas, por lo que como parte de su formación dentro de la SCMH toman los seminarios y las terapias conseguidas por GEM; una vez que se reintegran a la cooperativa inician su formación y capacitación como aspirantes a socias. A partir de esta situación, la SCMH asume como otro de sus objetivos la asistencia y capacitación de mujeres con problemas de maltrato físico y psicológico, convirtiéndose en un espacio que les ayude a superar estos problemas, adquiriendo un oficio y elevando su autoestima para que puedan ser autosuficientes. Todo esto es implementado en la SCMH a través de las socias que pertenecen a GEM, logran el consenso de las cooperativistas, asumiendo GEM la responsabilidad de brindarles las sesiones de terapia psicológica.

“...Ya que nos damos a conocer en la colonia, se empiezan a acercar algunas vecinas a preguntarnos que pretendernos y la vecinita de aquí cerca nos manda a una muchachita que ya no la quieren en su casa porque está embarazada, le decimos que quiere y dice que aprender a coser porque necesita dinero... Y así llegan varias y pues hay que apoyarlas, aunque luego algunas se fueron a ganar mejor en otro lado.” (T₁)

“...pues entre las mujeres que vienen a lo del proyecto hay chamacas que no saben hacer nada y bueno...pues hay que enseñarlas pues para eso es la cope, ¿no? Las chamacas aprenden rápido y como necesitan tener ingresos pues más... Hubo dos que aprendieron muy bien todo, y se les mando a aprender diseño, GEM logro conseguir cursos de diseño y mandamos a algunas que ya sabían algo y a estas chamacas...”

⁸⁵ A la SCMH empiezan a llegar mujeres, principalmente de la colonia donde está ubicada la cooperativa, que han sido maltradas por sus parejas o familiares, así como algunas que se les corrió de sus casas porque están embarazadas, por lo deciden apoyarlas en conseguir terapias y un oficio con el cual puedan ser autosuficientes.

salieron re' buenas". (S)

Se puede observar la influencia de GEM sobre las decisiones de la base de cooperativistas, interiorizando su ideología en la organización, como un principio de apoyo a la comunidad. Esta influencia se observa tanto en la forma como se estructura la SCMH, así como en la organización del trabajo. Sin embargo, es necesario aclarar que es debido a las características de identidad individual de las socias, principalmente T₁, donde la ayuda comunitaria, la solidaridad, así como el compromiso con la comunidad y con las compañeras son parte de su comportamiento tanto social como dentro de la cooperativa, es por lo que GEM encontró un campo propicio para su influencia.

La SCMH obtiene apoyo económico para diseñar productos propios, algunas de las socias que han mostrado habilidad para la costura reciben cursos de diseño y manejo de equipo para realizar el corte de grandes volúmenes de tela y, posteriormente, capacitan a las demás cooperativistas.

El proceso de producción propia significó que pudieran realizar actividades propias del área de producción como diseño, corte, costura, planchado, control de calidad y empaque; realizando, posteriormente actividades de compra de materias primas, venta, distribución, cobranza y promoción de los productos; se dio la socialización de las actividades, donde el trabajo colectivo y el intercambio de conocimiento actuaron como herramientas fundamental del proceso de aprendizaje en la SCMH. La cooperativa poco a poco va ordenándose en las actividades de producción y administrativas, las cooperativistas van apropiándose del saber hacer.

Así, en 1988, nace el pañal de tela COMOSITO⁸⁶ y otros productos para bebé, con la misma marca. La marca COMOSITO fue propuesta por Pilar y aprobada por las cooperativistas, ella fue asesora por parte de GEM en todo el proceso de diseño y

⁸⁶ La marca COMOSITO se registra a nombre de la cooperativa en 1988.

confección del pañal; y aunque no tenía experiencia en costura y confección de prendas de vestir, se caracteriza por ser una persona altamente creativa y con el apoyo de las cooperativistas con experiencia en el ramo logran el diseño de los diferentes productos para bebé, de los folletos para publicitar los productos y de la marca registrada.

“...para empezar a hacer nuestros productos GEM comisionó a Pilar, ella nos apoyo mucho y eran buenas sus ideas...” (S)

“Pilar nos dijo que le podíamos poner como marca COMOSITO, pues T₁ quería que fuera como osito y nos reímos, pero nos pareció bien, a todas nos gustó cuando lo diseñó y te hace pensar en un osito bebé.” (S₁)

A través del análisis de este periodo, el cual se considera como etapa de formalización de la SCMH, las características de identidad organizacional se resumen en el cuadro 44.

Cuadro 44 Características de identidad organizacional en la etapa II, formalización de la cooperativa		
	Características	Dimensiones
Identidad Organizacional (Nivel Organización)	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Bases de la fidelidad ▸ Confianza mutua ▸ Apoyo en las tareas 	Lealtad organizacional
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Obligación de cumplir con lo establecido 	Obediencia organizacional
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Trabajo colectivo 	Colaboración Organizacional
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Relaciones afectivas estrechas <ul style="list-style-type: none"> ○ Responsabilidad, Confianza, Solidaridad 	Normas sociales compartidas
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Capacitación y formación colectiva 	Vocación tutorial
Principios Cooperativos	Con estas características de identidad se empiezan conformar los principios cooperativos: <ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Participación económica de los miembros ▸ Compromiso con la comunidad 	

Con respecto a las características de identidad individual y grupal, se puede observar como las características, que se muestran en la etapa previa a la formalización de la SCMH, siguen estando presentes en las cooperativistas a nivel individual. En el nivel grupal, aparece como característica de identidad organizacional la formación y capacitación colectiva de las aspirantes a socias.

Cuadro 45 Características de identidad individual y grupal en la etapa II, formalización de la cooperativa		
Nivel	Características	Dimensiones
Individual	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Honestidad ▶ Respeto ▶ Reciprocidad ▶ Compromiso con las compañeras ▶ Compromiso con la comunidad ▶ Ayuda mutua 	Solidaridad y cooperación
Grupal	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Relaciones interpersonales afectivas ▶ Compromiso con la comunidad ▶ Solidaridad comunitaria ▶ Confianza mutua 	Valores comunitarios
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Formación y capacitación colectiva 	Vocación tutorial

3.2.4.1.3 Etapa III. De 1989 a 1992. Periodo de auge de la organización como cooperativa de producción.

Reforzando la identidad organizacional

En este periodo, de 1989 a 1992, la SCMH logra una planta promedio de cuarenta y dos cooperativistas, de las cuales dieciséis son socias, veintiocho aspirantes a socias y catorce de apoyo (ver anexo 1).

Al iniciar esta etapa se observa un relativo orden en los procesos de producción y administrativos de la SCMH, se puede considerar que las mujeres han aprendido a organizarse y planear las actividades, razón por la cual empiezan a depender menos de los asesores externos, pero no así de GEM, quien sigue siendo actor básico en las asambleas para la toma de decisiones. Igualmente es notorio como en esta etapa el discurso que manejan las colaboradoras de GEM ha permeado en diferentes niveles de la cooperativa, por lo que se empieza a convertir en discurso de la organización.

“...lo que buscamos con los cursos de formación en la cual siempre damos seminarios sobre los derechos de la mujer es que siempre sepan que no deben dejarse, que no las humillen, que habemos gente que las apoyamos para que se liberen de esas cosas...yo siempre he estado a favor de ayudarlas a que no las traten mal... ya sea en su casa o en su trabajo o donde sea...” (T₁)

“...mira que también llegan personas ya grandes como M, que sentía que estorbaba en su casa y aquí aprendió a darle a lo de la costura y le enseñamos a leer y a escribir y ahora dice que cuando sus nietos hacen la tarea ella ya les puede ayudar en lo de la lectura, ya sabe conocer las letras y eso es bueno... como ya es grande pues ya no viene a trabajar, pero luego pasa a saludar y ayuda a pegar botones y a platicar un rato, le gustar estar con nosotros...nos ha de extrañar” (S₁)

“...yo he aprendido mucho de aquí, de la COPE, me ha servido porque ahora puedo enseñarles a mis bisnietos, que me preguntan: ¿qué letra es ésta, abuelita? Y yo puedo decir: ésta es la “A” y con orgullo lo digo porque ya se que letra es, ya sé que por lo menos puedo agarrar una maquinita y en un papel poner un letrerito que diga: “Se pegan cierres, se cose” y ya se que no soy un estorbo para mi familia.” (ML)

“...somos como quien dice un taller social de ayuda a las mujeres para que no dependan de sus viejos y las hagan como quieren, pues ya tienen su dinero y participan en los gastos, ya no tiene que pedir todo...” (C)

“...en la cooperativa si hay tolerancia para ir a firmar boleta o si llegas tarde porque te sientes mal o que tienes que ir al médico te dan tolerancia o te dicen que si te sientes mal te puedes ir y ya después ves como repones tu tiempo para que no te descuenten. Pues sí, no es lo mismo trabajar en una fábrica que trabajar en la cooperativa.” (C)

En 1988, el grupo promotor GEM, conjuntamente con CIDHAL -grupo que también se dedica a la educación popular y asesoran a la “Cooperativa Confecciones del Centro”⁸⁷, la cual nace al mismo tiempo que la SCMH, asesoran a las cooperativas para que impulsen un proyecto conjunto de producción y comercialización del pañal de tela. La comercialización del pañal y prendas de vestir para bebés empieza a funcionar en 1989.

Consiguen financiamiento para el proyecto, para su implantación cada cooperativa nombra a una representante, la SCMH nombra a **T₁** y Confecciones a **E**. Las representantes de cada cooperativa se encargan de coordinar las actividades de producción, promoción y ventas del pañal. El proyecto inicia en 1989. Es en esta etapa que se relacionan **T₁** y **E**, las dos mujeres se identifican con el proyecto colectivo y a través de su interrelación laboral cotidiana se crea entre ellas un ambiente de confianza y respeto, razón por lo cual la comercialización conjunta del pañal obtiene buenos resultados. Consiguen como principal cliente a CONASUPO y sus productos para bebé, básicamente el pañal, se empiezan a vender a través de sus tiendas en toda la república.

“...Esther juega un papel muy importante también cuando entra (a la cooperativa), ella estaba trabajando en la comercializadora y era amiga de Elsa, y entonces entra por Elsa y llega acá...” (T₁)

“...se da la relación y se da la cuestión de que después se queda con nosotros... y pues se lleva re bien con todas ya que ellas nos enseña, sabe mucho...” (S)

“...yo valorizo su trabajo pues tantos años de estar en la máquina y pues sabe mucho y ella sabe llevar el taller...” (T)

“...participábamos con ella en el “19 de septiembre”, y es ahí donde se relaciona con los las organizaciones de apoyo a las

⁸⁷ Esta cooperativa nace al mismo tiempo que la cooperativa sujeto de estudio, fueron creadas a partir de un proyecto de agencias europeas que apoyaron a las mujeres que quedaron desempleadas por los acontecimientos del sismo de 1985. También forma parte de un proyecto de una asociación civil de mujeres.

mujeres, su primer contacto es con CIDHAL...” (T₁)

“Al implantarse el proyecto del pañal de tela es propuesta (T₁), por su experiencia en las cosas de las demás cooperativas y eso sirve para la comercialización del pañal, se puede decir que fue la mejor época de dinero, pero éramos muchas y a algunas no las conocíamos bien y...pues eran diferentes, pero se fueron...” (S)

En este periodo la cooperativa logra tener una alta productividad y una planta que les permite organizar las tareas de forma tal, que no obligue a las mujeres a permanecer más tiempo del estipulado en la cooperativa, sin embargo, es T₁ quien se encarga de coordinar todas las actividades con el apoyo de las asesoras de GEM⁸⁸. Para las cooperativistas, a pesar de estar en un momento de alto desempeño, tanto en producción, como en generación de recursos financieros y formación de nuevas aspirantes a socias, es un periodo de mucha tensión, ya que no tienen experiencia en el control de las actividades y tienen que recurrir a ayuda externa.

A través de las asesoras de GEM consiguen apoyo en la coordinación del área de producción. Las personas que se han capacitado para hacerse cargo del área administrativa no han dado resultados satisfactorios por lo que ha habido alta rotación en esta área y deciden contratar a una contadora externa teniendo como expectativa que sea quien capacite, en forma adecuada, a la actual responsable del área.

“...me fui adentrando a ayudar a lo de la administración, porque yo veía que a la gente no les gustaban los números y mucha gente no sabía ni sumar, ni, por ejemplo, ni leer, ni eso, porque había mucha gente ya grande en el taller, y se les estaba alfabetizando en la COPE.” (C)

⁸⁸ Estas asesoras quedaron inscritas como socias en el acta constitutiva de la cooperativa y ejercen influencia en todas las actividades que se realizan en la cooperativa. Es a través de T₁ como ellas hacen llegar su influencia en la mayoría de las actividades que se realizan en la cooperativa.

En la cooperativa se pueden identificar dos tipos de equipos de trabajo, aquellas que solo participan en la cooperativa y las que además realizan trabajo de cooperación y solidaridad con otras cooperativas y grupos sociales diversos.

Con respecto a su participación social con la comunidad, las cooperativistas participan en movimientos sociales, solidarizándose a diversas causas populares, acuden a manifestaciones, mítines y apoyan en los plantones y huelgas llevándoles alimentos a los manifestantes. Realizan trabajo comunitario con diferentes grupos sociales y productivos, brindan apoyo, tanto en las manifestaciones como en la comercialización de sus productos y servicios, ayudando en la capacitación del manejo de máquinas de coser a miembros de diferentes grupos productivos. A través del trabajo comunitario que realizan se da una serie de interrelaciones personales, con las propias cooperativistas como con miembros de otros grupos sociales.

A esta participación le tienen que dedicar tiempo, por lo que, a aquellas cooperativistas que realizan actos de cooperación entre cooperativas y diferentes grupos sociales, son descargadas de una parte de su trabajo en la cooperativa; pero aún así invierten más horas que las mujeres que no realizan trabajo comunitario, razón por la cual varias de ellas deciden disminuir su participación en actividades de solidaridad con otros grupos sociales y dedicarse más al trabajo interno. Todas estas decisiones son tomadas en el pleno de la cooperativa y en consenso.

“...participábamos en muchas marchas y eso, a veces creo que con todo el trabajo de la cope debíamos de ir menos y algunas quedarse a apoyar más en la cope...” (S₁)

“...algunas decidimos ya no ir a las marchas, que solo fueran unas pocas...yo le dedicaba mucho tiempo a lo de la cope y todo eso de trabajar pocas horas a veces veíamos que solo eran nuestras ideas...” (S)

Con la producción y venta de productos, principalmente del pañal, logran altos ingresos para la cooperativa con lo que consiguen pagar salarios por arriba del

mínimo así como hacer reformas y reparaciones al inmueble donde está establecida la cooperativa, así como adquirir nuevas máquinas de coser. No planearon incrementar su cartera de clientes, argumentando que como no pueden acceder a montos altos de recursos monetarios y el número de cooperativistas y maquinaria no es suficiente, no es factible buscar nuevos clientes ya que se tendría que incrementar el volumen de producción y no se cuenta con recursos para llevarlo a cabo.

“... Con la venta Conasupo apenas nos dábamos abasto, pero lo sacábamos al juntarnos con las Del Centro, por eso no buscamos más clientes pues no podíamos producir más. La comercialización del pañal junto con las Del Centro la hacíamos bien...” (T₁)

“...nos confiamos en siempre venderla a Conasupo y después ya no teníamos a quien venderle...” (S)

3.2.4.1.3.1 El pañal como un símbolo de identidad organizacional

El pañal de tela se convierte en un símbolo para la cooperativa, ya que en su diseño plasmaron parte de su filosofía como organización social. Este pañal tiene las características de ser un producto que no contamina, es cómodo para el bebé ya que está confeccionado con telas de algodón de primera calidad.

“...empezaban a hacer el pañal, que es fuerte y que mi mamá tiene mucha fe en que algún día la gente pueda entender lo del pañal, es un pañal de tela, 100% de algodón, por lo de la contaminación, por todo lo que se ha visto de lo de la contaminación y todo eso.” (C)

“Se consiguió un buen diseño de pañal, es un muy buen producto de bebé, no contamina, no como esos desechables que contaminan todo y además le hacen daño al bebé, no deberían dejar que se venda, ya ves todo el daño que se

hace...” (T₁)

“Cuando Pilar nos ayudó en lo del diseño del pañal todas quisimos que fuera un buen pañal para los bebés y quedó muy bonito pues el bebé lo puede usar desde que nace pues se puede hacer chico y conforme crece se va agrandando hasta que el bebé lo pueda usar como pañal entrenador, o sea que le sirve como dos años o así...” (S)

El pañal que se muestra en el esquema 7, se convierte en un símbolo característico de la cooperativa, representa todo el esfuerzo de las cooperativistas por conseguir un espacio en el cual ellas puedan sentirse productivas y donde se les valora como trabajadoras y mujeres, es decir se convierte en parte de su identidad. Asimismo en el pañal ven reflejados sus principios sociales.

Insertar imagen 1

3.2.4.1.3.2 *Trabajo y libertad, como símbolo de la organización*

Para darse a conocer **T**₁ les propone tener un logo que las identifique en los eventos en los que participan, tanto de solidaridad con problemas nacionales, como en las actividades propias de comercialización del pañal, pues asisten a mercados populares, lugares de reunión de economía solidaria, los cuales se realizan para apoyo a grupos productivos sociales en diferentes lugares del país.

El logotipo de la cooperativa fue formulado al inicio de la tercera etapa, cuando la cooperativa esta en su mejor momento económico y de estabilidad; este logotipo fue diseñado a partir de una asamblea. Con base en los argumentos de las cooperativistas sobre que querían que se reflejara en el logotipo se creo el diseño.

A continuación se presentan algunos de los comentarios de las cooperativistas sobre este punto –retomados de las actas de asamblea- sobre los que se basaron para el diseño del logotipo:

“Le comenté a mi mamá que si nos podían diseñar un logo para la Cope y ella les preguntó, ahí en su trabajo, si lo podían hacer, a unos chavos que son arquitectos, pues ella trabajaba en COPEVYP (Centro operacional de vivienda y poblamiento), y ellos le preguntaron que es lo que queríamos, entonces en una reunión las compañeras dijeron que pues muchas cosas y están el acta de ese día. Y pues les dije que fuera de costura y reflejara la libertad que ahí se tiene. Pues lo hicieron así, con un cono y la paloma que significa libertad”.

(T₁)

“Considero que ya que este espacio es un lugar donde nosotras trabajamos libremente, entonces eso debe ser” **(S)**

“Al invitarme a participar en este proyecto lo que a mi me gustó fue que la cooperativa iba a ser nuestro trabajo donde íbamos a estar a gusto y sin presiones de las que nos daban nuestros patronos en el taller, así que eso debe ser” **(Si)**

...”yo me siento muy a gusto aquí en este taller, puedo dedicarme al trabajo y ver a mis hijos, y agradezco que me dejen trabar en ratos, hay que poner eso en el diseño...” (J)
...”El logo debe reflejar lo que es la cooperativa, entonces debe reflejar que es un lugar de relajamiento...” (ML)

Como se observa en el logotipo que se presenta en el esquema 8, que del nombre de la cooperativa se forma un cono el cual representa el trabajo de costura, y de la misma hebra del cono se forma una paloma que significa libertad, que expresa como sienten y como ven a la cooperativa.

Se puede considerar que este logotipo es un símbolo distintivo de la cooperativa, forma parte de la identidad organizacional, representa el tipo de trabajo que se realiza en ella, asimismo determina la forma de realización de este actividad, de acuerdo a la forma de pensar de las cooperativistas.

Imagen 2
Logotipo de la Cooperativa Mujeres para Hoy



Cuando se pregunta a las cooperativistas que representa el logotipo de la cooperativa, responden:

“Pues el cono representa el trabajo que se realiza aquí y la paloma quiere decir pues la libertad de diseñar o producir lo que nosotras queramos” (T₁)

“Quiere decir el cono que es un taller de costura y la paloma , la libertad de cómo se hace ese trabajo” (S)

“Yo llegué cuando ya existía, pero me imagino que quiere decir que nuestro trabajo aquí nos da libertad y, como la paloma de la paz, pues paz” (E)

Por lo cual este símbolo es importante para ellas, al considerar a la cooperativa como un espacio donde ellas se reivindican, donde su autoestima es recuperada, la paloma transmite, de alguna forma ese sentido de libertad.

Las características de identidad que podemos considerar fueron distintivas de este periodo son las que se muestran en el cuadro 46.

Cuadro 46
Características de identidad organizacional en la etapa III, periodo de auge de la organización como cooperativa de producción.

	Características	Dimensiones
Identidad Organizacional (Nivel Organización)	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Consolidación de la fidelidad ▸ Subordinación (sacrificio) de intereses personales a los del grupo <p>Inicio de relaciones de confianza Apoyo en las tareas con el fin del colectivo</p>	Lealtad organizacional
	<p>Obligación de cumplir con lo establecido por la organización Respeto a las normas establecidas</p>	Obediencia organizacional
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Cooperación intraorganizacional ▸ Trabajo colectivo 	Colaboración
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Relaciones afectivas ▸ Representaciones colectivas de la organización ▸ Valores compartidos <ul style="list-style-type: none"> ○ Responsabilidad, confianza, igualdad, solidaridad 	Normas sociales compartidas
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Capacitación colectiva de las aspirantes a socias ▸ Capacitación y formación colectiva a mujeres pertenecientes a diferentes grupos sociales 	Vocación tutorial
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Fuerte identificación con los productos propios ▸ Trabajo y libertad, logotipo ▸ Liderazgo comunitario 	Símbolos organizacionales
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Control democrático de los miembros ▸ Participación económica de los miembros ▸ Compromiso con la comunidad ▸ Inicio de las relaciones intercooperativas 	Principios Cooperativos

3.2.4.1.4 Etapa IV. De 1993 a 2000. Etapa en la que la organización se plantea ser un centro de formación de cooperativistas.

Hacia una nueva identidad

Después de un periodo en el cual la cooperativa generó ingresos suficientes, que permitió que las cooperativas aparte del pago de su trabajo obtuvieran ciertas prestaciones como seguro social, pago de horas extras, algunas deciden trabajar medio tiempo, acondicionamiento de la cocina que les permite tener un lugar para tomar sus alimentos, así como reparaciones a los baños, instalación de barandales en las escaleras para seguridad de las que trabajan en la planta alta, entre otras, se cierran las tiendas CONASUPO por acuerdo oficial, a finales de 1992. Ante esta situación, la cooperativa se queda sin su principal cliente por lo entran en una fuerte crisis económica que repercute en la relación laboral de las cooperativistas, reduciéndose el número de cooperativistas al buscar algunas de ellas fuentes de trabajo complementarias.

La relación de dependencia con el grupo promotor se empieza a diluir poco a poco, las asesoras tanto las que pertenecen a GEM como las externas se van retirando al ir concluyendo su trabajo de asesoría. Ante esta situación las cooperativas expresan su desacuerdo, argumentando que no las pueden dejar así como así, ya que son parte de sus proyectos, T₁ comenta lo siguiente:

“GEM nos ha apoyado, ¿no? De repente dicen bueno ya no quiero nada con la cooperativa. Qué chiste, ya nos quieren dejar ¿no? Como quiera, somos uno de sus proyectos y tenemos que seguir, y seguimos como hasta ahora.”

Después de varias reuniones que llevaron a cabo GEM y la cooperativa, las cooperativistas aceptan que el grupo promotor se deslinde de toda actividad en la cooperativa, condicionando este retiro a que las socias de la cooperativa que

pertenecen a GEM se retiren, quedando su figura como socias no activas. Para las cooperativistas y la organización empieza una nueva etapa, donde las decisiones que se tomen van ser totalmente su responsabilidad y por lo tanto deben ser muy cuidadosas y, por lo tanto, empiezan a poner en práctica sus conocimientos adquiridos. Esta independencia y autonomía del grupo promotor les permite ir consolidando su objetivo de llegar a ser un centro de capacitación y formación de mujeres con problemas ya que, de alguna manera, GEM las fue frenando en su camino a lograrlo, ya que el objetivo que ellas perseguían, como parte de sus proyectos productivos, era convertir la organización en una cooperativa altamente productiva, que pudiera ofrecer trabajo a un número significativo de mujeres, es decir que realmente se convirtieran en una fuente importante de empleo para las mujeres.

Las cooperativistas analizan y llegan a la conclusión que difícilmente lograrán ser un centro de trabajo tal que proporcione suficientes empleos, pues no cuentan con los recursos suficientes y aunado a la situación económica por la que atraviesa el país, donde el mercado de las pequeñas organizaciones dedicadas a la confección de prendas de vestir se encuentra contraído a causa de la apertura a productos asiáticos que se ofrecen a muy bajos precios, donde la cooperativa no puede competir, ya que sus productos se elaboran en volúmenes pequeños y con materiales de buena calidad, elevando los costos de la producción en general.

Aunado a lo anterior, también se debe considerar que de acuerdo a la formación de las mujeres pilares de la SCMH (**E** y **T₁**), esta meta era difícil de alcanzar ya que el objetivo de ellas es brindar ayuda a las mujeres para cambiar sus condiciones de vida. Y en ningún momento consideraron tener un gran crecimiento.

“...nosotras pues si queremos tener a quien venderle, pero pensamos que debe ser en pequeño, no creo que pudiéramos sacar mucha producción...” (T₁)

“...más que nada, ante todo queremos ser un lugar, un espacio de encuentro, donde las mujeres aprendan y tengan como ganarse al vida ...” (E)

A partir de la separación que se da con el grupo promotor, las cooperativistas empiezan a replantarse convertir a la SCMH en una especie de escuela, donde se forme a las mujeres con un oficio y una mentalidad de autosuficiencia, con el objeto de elevar su autoestima y puedan hacerle frente a su situación. Para nivelar los ingresos empiezan a producir más artículos para bebé y futuras mamás, como ya cuentan con cooperativistas que fueron capacitadas en el diseño y confección de prendas de vestir, refuerzan esta línea de productos, tratando de abrir mercado y buscando nuevos clientes. Los productos nuevos, confeccionados en telas de alta calidad, junto con el pañal, ofrecen a la SCMH expectativas de volver a tener un mercado que les permita volver a la situación que tenían antes del cierre de las tiendas CONASUPO, pero desafortunadamente los clientes potenciales requieren que les otorguen créditos con plazos de pago demasiado amplios, no pudiendo la SCMH concederlos, ya que no cuentan con recursos para otorgarlos.

Aunado a los plazos demasiados extensos de crédito, estos clientes potenciales requieren también que los precios de venta de los productos de la SCMH sean bajos, obteniendo la SCMH mínimos remanentes, ya que al consentir estos precios, solo obtendrían un mínimo remanente (y en algunos casos solo el costo), el cual no les permitiría destinar recursos al mantenimiento del local ni a los proyectos de

capacitación, que son costeados con los remanentes de la ventas. Por estas razones no pueden colocar sus productos en el mercado al mayoreo y los ingresos por ventas al menudeo no son suficientes para sostener a todas las cooperativistas. A causa de esta situación, el número de cooperativistas aspirantes a socias empieza a disminuir, pues tienen que buscar trabajos para sostenerse a si mismas y a sus familiares. En general las cooperativistas que se quedan son aquellas que su familia cuenta con otras fuentes de ingresos y ellas solo apoyan.

El proyecto de comercialización conjunto se cancela y cada cooperativa vende por su cuenta la producción de pañal con la que se quedaron. Como el diseño del pañal y la marca están registrados a nombre de la SCMH, la cooperativa Confecciones del Centro suspende su producción. La única relación que tenían con Confecciones del Centro era el proyecto conjunto y una vez cancelado, la relación de las cooperativas se limita a su participación en eventos públicos.

Las cooperativistas que fueron designadas para representar a cada cooperativa en el proyecto se reintegran a sus cooperativas, pero la representante de Confecciones del Centro, E, decide retirarse de su cooperativa e integrarse a la SCMH, Al igual que T₁, Esther es otra cooperativista que ha partir de su ingreso, ha sido pilar de la SCMH, principalmente en el área de producción.

Esther es una cooperativista que cuenta con una formación laboral de veintidós años, en fábricas y talleres dedicados a la costura de prendas de vestir, asimismo, cuenta con una formación disciplinaria rígida de trabajo, donde tiene gran importancia el orden y el cumplimiento en tiempos del trabajo realizado. Es una persona de carácter fuerte, al enfrentar problemas, cuenta con gran creatividad para su resolución minimizando el conflicto, es decir, es buena mediadora entre las partes en conflicto.

Es responsable, con un gran apego a la familia, razón por la cual, le llamó la atención la SCMH, identificando ciertos aspectos de la cooperativa con su casa, ya que comenta que la relación entre las cooperativistas se da con afecto y amabilidad, se

preocupan por sus compañeras de trabajo, hay solidaridad y respetan el trabajo que realizan. Ella se identifica con las socias que presentan estas características individuales, rechazando sutilmente a aquellas que no las tienen.

La interpretación de Esther con respecto a las formas de trabajo tanto de la fábrica como de la SCMH, nos permite observar que no existe relación entre las características que considera más importantes de la cooperativa con las de las fábricas y talleres en los que ha laborado. Comenta que la SCMH, persigue un fin social, en tanto la fábrica persigue un fin de producción, cuenta con horarios flexibles que permite a las socias atender aspectos o problemáticas familiares. Pero comenta que la SCMH tiene como defecto que para la realización de las actividades organizacionales no cuenta con una planeación y organización del trabajo claras, a pesar que entre todas la ejecutan. Las socias realizan un trabajo polivalente, de acuerdo a como van surgiendo las necesidades cotidianas y su toma de decisiones, así como la dirección, se realiza en forma colectiva.

“Cuando empiezo con la comercialización yo sólo conocía como funciona una fábrica, pero al ir conociendo a Tere y las otras mujeres de la cooperativa veo que es diferente la cooperativa, las mujeres y el lugar.” (E)

“...cuando yo tenía que reportar a Confecciones sentía como si fuera la fábrica en la que trabajaba, como si fuera una empresa, llegaba y me pasaban luego luego al cuarto a hacer mi reporte, no veía a la gente de producción, solo directo a las cuentas. No tenía relación con nadie solo con la encargada, como una empresa, una fábrica. Pero... cuando iba a Mujeres, sentía como mi casa, era como una casa, me saludaban, me decían pasa, ¿que quieres?, todas amables como una casa...y bueno..... Eso me gusta a mí, no solo por el dinero, sino que te guste, que te saluden...” (E)

“...con las compañeras (el trato) es de confianza, te tienen confianza, llegas y está bien, te tratan bien, yo digo que de

confianza.” (E)

“Aquí (en la cooperativa de Mujeres) decimos que hacer y lo hacemos, cuando no hay trabajo nos preocupa por las que necesitan, bueno... yo no tengo hijos... entonces, no me preocupa el dinero con que salga para comida está bien,... bueno, hay que pagar el gas, la luz, impuestos,...pero las que tienen hijos y no tienen hombre, entonces si necesitan el dinero y pues ni modo a buscar donde hay dinero.” (E)

“En la cooperativa nos organizamos bien, todas decidimos, ahora que somos pocas nos platicamos que vamos a hacer, nos organizamos bien.” (E)

“Siempre platicamos y nos organizamos con lo que hay que hacer y todas respondemos al trabajo que nos damos, nadie deja de hacerlo,...poco pero salimos, a veces una semana tenemos dinero, bueno tenemos para pago, otras no hay nada, pero salimos y somos responsables de sacar todo entre todas. (E)

Aunque todas las decisiones se toman consultando con el pleno de cooperativistas, se observa un liderazgo fuerte por parte de T₁ en las actividades de administración y organización y por Esther en las actividades de producción, donde se puede considerar una relación de poder, expresado en la capacidad que tienen las dos cooperativistas de influir sobre las acciones de las otras. (Boulding, 1989)

Con el cierre de CONASUPO, la planta de cooperativistas se reduce a la mitad, las cooperativistas que enfrentan necesidad de recursos económicos deciden dejar, eventualmente (en algunos casos definitivamente), la SCMH para buscar empleo en talleres y fábricas afines; las que deciden quedarse están conscientes que mientras no resuelvan su problema de mercado van a enfrentar problemas de pagos bajos⁸⁹. Los ingresos de la SCMH no alcanzan para pagar el total de retribuciones por lo que

⁸⁹ Las cooperativistas que deciden separarse de la cooperativa son aspirantes a socias, las socias son las que deciden continuar con el proyecto de capacitación y formación. Las socias son las mujeres que se agruparon inicialmente para ayudarse mutuamente y que posteriormente elaboran el proyecto de cooperativa de producción.

recurren a la maquila, y a la venta al menudeo de los demás productos. Para colocar sus productos deciden vender en tianguis y de clínica en clínica. Sin embargo, a pesar de ocho años de crisis constantes logran permanecer –a pesar del ir y venir de las cooperativistas-, siguen con su labor de capacitar a las mujeres para que puedan acceder a un empleo decoroso. Reciben constantemente a mujeres para formarlas como aspirantes a socias, una vez que están formadas si deciden retirarse se lo permiten, ya que como ellas comentan:

“...se siente bien, te preguntan y no te dicen nada de que te fuiste, les da gusto de que regresaste y bueno a trabajar como lo social, no la empresa, la fábrica.” (E)

“...luego que le dimos capacitación, le enseñamos a coser, le enseñamos el manejo de las máquinas, la cooperativa le pagó un curso de diseño, le pagamos su escuela, y luego se fue porque no había casi trabajo y ella necesitaba dinero...” (T₁)

“Pienso que si ellas necesitan más ingresos y aquí no se les paga, pues bueno tienen que buscar y nosotras ya les cumplimos al enseñarles un trabajo y que con ese consigan otro donde les alcance, tienen su derecho y nosotras les cumplimos” (C)

“...a nosotras nos da gusto pues al ser la cope social le debe cumplir a la gente y nosotras lo hacemos enseñándoles todo lo da la costura. Han salido buenas en el trabajo las jóvenes, pues encuentran talleres y aunque trabajan mucho les pagan pues mas o menos, también otras han empezado en su casa con la familia, que crees, ellas les enseñan y ponen su negocio en la casa después lo hacen taller y varias de ellas les ha ido muy bien, claro que trabajan como taller y eso que eran cooperativistas, bueno aspirantes a socias, pero lo eran” (T₁)

Cinco de las mujeres capacitadas y con la categoría de aspirantes a socias, deciden retirarse de la SCMH y poner su propio taller, cuatro de ellas consiguen poner en marcha su taller o empresa familiar, de las cuales, a la fecha, tres cuentan con negocios prósperos, económicamente hablando; es importante mencionar que no se han retirado del todo de la SCMH, pues aunque formalmente la relación se terminó, por temporadas se acercan para apoyar en el trabajo de costura y, en ocasiones, de diseño. Estas ex aspirantes a socias comentan que a la fecha siguen sintiendo un vínculo con la SCMH, como un espacio que les permitió asentar las bases para su futuro y que lo que más recuerdan es el clima de confianza que se respira dentro, además de sentir que tienen una obligación de por vida con la SCMH⁹⁰.

A partir de este momento, en la SCMH se inicia una alta rotación de las cooperativistas; al no cumplir con los pagos del trabajo realizado se empiezan a hacer pagos parciales, procurando que las que reciban el pago más alto sean aquellas que tienen más necesidad, ya sea porque son cabeza de familia o porque su pareja no tiene empleo fijo. Pero esta alternativa de pago no resuelve sus problemas económicos por lo que empiezan a buscar trabajo en diferentes talleres y fábricas de confección de prendas de vestir, algunas se retiran definitivamente, otras solo por temporadas y regresan cuando ya no tienen presiones económicas fuertes. A través de sus comentarios, se interpreta que a pesar de que consiguen empleos con un pago seguro, las condiciones laborables no son las mejores, por lo que al ir disminuyendo sus necesidades, deciden reintegrarse a la SCMH, donde el ambiente de trabajo es más sano para ellas.

“Cuando empieza a haber problemas con las ventas pues no hay ingresos y no se les puede pagar a las compañeras, por eso se van, pero bueno nosotras ya cumplimos ¿no?, ya les enseñamos y ellas necesitan dinero y tienen que buscarlo y

⁹⁰ Con estas cooperativistas no fue posible realizar una entrevista a profundidad grabada, ya que sus talleres se encuentran en algunos puntos del Estado de México (Chalco, Ixmilucan, entre otros), y no pudieron coincidir los horarios para realizar la entrevista, sin embargo a través de comunicación telefónica se obtuvo alguna información. Las mujeres entrevistadas fueron Esmeralda y Rigoberta.

adelante. Pero cuando pueden regresan, pues allá no les va tan bien, aunque reciben cada semana su dinero completo, pues las hacen trabajar mucho y el trato no es bueno, se cansan de eso y por eso cuando pueden regresan” (T₁)

“Silvia cuando se fue, se fue a una fábrica a trabajar y cuando ella vuelve, regresa, nos platica. No, allá afuera nos explotan, en cambio aquí no.” (E)

“Silvia se ha ido muchas veces y siempre termina regresando, trabaja una temporada y cuando ya esta muy cansada regresa, la primera ves que se fue regreso muy mal, se le veía mal, y nos platicaba que era muy pesado trabajar en esas fábricas, siempre como burros, sin platicar, no las dejaban tener amistad entre ellas, y eso no le gustaba.” (T₁)

“...yo digo que todos ponemos también un poco de nosotros, porque si hay unas que si se van y regresan otra vez y todo, pero regresan por algo, porque la cooperativa les ha dado algo y aunque encuentren trabajo y todo, vuelven a regresar ahí a la cooperativa y mucha gente de ahí a salido aprendiendo a leer, escribir, manejo de las máquinas, al igual de las capacitaciones sobre los derechos de la mujer, aprenden. Yo digo que todos los que han salido de ahí, algo se han llevado, aunque sea de lo que aprenden de la cooperativa.” (C)

“Hay muchas mujeres que se han retirado de la cooperativa, como te decía algunas porque necesitaban ganar más, pero otras porque como ya son grandes pues ya no pueden trabajar, solo en ratos y entonces se salen pero regresan y las aceptamos en ratos, les sirve para que se distraigan y hagan cosas productivas. Por ejemplo Manuelita se la llevó a su hijo a vivir al pueblo, pero cuando viene a México con sus otros hijos y se esta algunas semanas, viene a visitarnos a ver que se nos ofrece, y nos ayuda a deshebrar, a doblar, a planchar, pero en ratos porque se cansa como ya es muy grande. Pero ella quiere a la cope, le gusta venir, le recuerda cuando

trabaja con nosotras.” (T₁)

Por lo que se observa a partir de las declaraciones de las mujeres, la SCM_H es un espacio donde las mujeres han establecido relaciones interpersonales fuertes que les permiten realizar sus tareas en un ambiente relajado, sin estrés.

Las cooperativistas se sienten satisfechas con la capacitación y formación que dan a mujeres, principalmente de la colonia; como se observa, a partir de que su mercado se reduce y les ha sido difícil encontrar otros nichos, empiezan a centrarse en la capacitación, actividad que han ido realizando desde que se formalizan como cooperativa y que en los últimos tiempos empieza a tomar relevancia, a partir de que el contexto se muestra adverso para cumplir con su objetivo de generar ingresos a través de la venta de sus productos, para que las cooperativistas tengan ingresos suficientes para atenuar sus problemas económicos.

Estas variables contextuales las han obligado a analizar los objetivos de la SCM_H, realizando un cambio que les permita cumplir con su función como organización social. Esto les permite interactuar más estrechamente con la comunidad y a través de los valores comunitarios realizan sus nuevas actividades, estos nuevos objetivos no cambian los fines organizacionales de la SCM_H, ya que continúan apoyando a las mujeres para conseguir un trabajo digno que les permita realizarse y elevar su autoestima.

De acuerdo al análisis de este periodo se conforman los aspectos centrales y distintivos de identidad organizacional, los cuales se presenta el cuadro 47.

Cuadro 47		
Características de identidad organizacional en la etapa IV, etapa en la que la organización se plantea ser un centro de formación de cooperativistas.		
	Características	Dimensiones
Identidad Organizacional (Nivel Organización)	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Fortalecimiento de la fidelidad ▸ Subordinación (sacrificio) de intereses personales a los de la organización ▸ Apoyo en las tareas con el fin de beneficiar a la organización ▸ La confianza mutua ya forma parte de las interrelaciones personales 	Lealtad organizacional
	<p>La obligación de cumplir con lo establecido por la organización se convierte en parte del quehacer cotidiano</p> <p>Respeto a las normas establecidas y a los principios de funcionamiento</p>	Obediencia organizacional
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Colaboración intraorganizacional ▸ Trabajo colectivo ▸ Cooperación interorganizacional 	Colaboración
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Relaciones afectivas ▸ Representaciones colectivas de la organización ▸ Valores compartidos <ul style="list-style-type: none"> ○ Responsabilidad, Confianza, Igualdad, Solidaridad 	Normas sociales compartidas
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Capacitación y formación colectiva de las aspirantes a socias ▸ Capacitación y formación colectiva de mujeres pertenecientes a diferentes grupos sociales ▸ La cooperativa como una escuela (Metáfora) 	Vocación tutorial
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Identificación con el pañal ▸ Trabajo y libertad ▸ Liderazgo comunitario ▸ Representación simbólica de la organización 	Símbolos organizacionales
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Control democrático de los miembros ▸ Participación económica de los miembros ▸ Educación, capacitación e información ▸ Compromiso con la comunidad ▸ Cooperación entre cooperativas ▸ Autonomía e Independencia 	Principios Cooperativos

3.2.4.1.5 Etapa V. 2001 a 2004. Periodo en que la organización empieza a trabajar como centro de formación y capacitación de mujeres.

Identidad Organizacional actual

Como se comentó en el apartado anterior, al encontrarse totalmente contraído el mercado para los productos de la SCMH, por la llegada de productos asiáticos los cuales se venden muy baratos, las cooperativistas deciden dedicarle más tiempo a la capacitación, la cual podría ser su actividad principal. Consideran que la capacitación y formación a mujeres podría ser en forma masiva, es decir, no solo a mujeres de la colonia. Las mujeres conciben ahora a la SCMH como una escuela donde se capacita y forma a las mujeres para que tengan posibilidad de encontrar un empleo digno que les permita elevar su autoestima.

“...queremos convertimos en una especie de escuela para las mujeres más necesitadas de la colonia y puede que de otras. Donde ellas encuentren un espacio como de libertad y puedan, pues capacitándolas, encontrar un empleo con el que tengan dignidad y que les permita tener su autoestima...pues bien...” (T₁)
“También han ido chavas de quince años, diecisiete años, porque se salen de la escuela o están embarazadas y se les capacita y se les dan las pláticas, al igual, también las orientan y aprenden también ellas a manejar las máquinas. Así ya ellas tienen como valerse, tienen un oficio que les permite tener un trabajo.” (C)

Inician esta actividad con varios cursos de capacitación, dos cursos teniendo como sede la SCMH y, otros dos cursos, trasladándose a otras delegaciones, uno en la Delegación Xochimilco y otro en la delegación Tláhuac, con mujeres mazahuas, además de la capacitación y formación cotidiana que realizan en la SCMH con mujeres de la colonia y que en el futuro pueden llegar a ser aspirantes a socias.

Continúan con la producción de pañal y prendas de vestir y diversos artículos para bebé y futuras mamás, pero a pequeña escala, solo para cumplir con la demanda de centros psicoprofilácticos, de algunas clínicas y consultorios ginecológicos que ofrecen sus productos, también para vender en las diversas ferias de consumo solidarios que se realizan en diferentes lugares de la República Mexicana.

“Como una forma de ayudarnos es participar en los eventos que hacen estos chavos y que les llaman de economía solidaria y social, ahí no se vende y comprar con dinero sino que es a través de intercambio como podemos vender nuestros productos y comparar por ejemplo, la despensa para las mujeres, se las damos como pago de su trabajo que hicieron en las cooperativa...Igual nos ha servido para dar a conocer nuestros productos y luego nos llaman para que los vendamos en diferentes partes.” (T₁)

“...me he ido a eventos como hace poco me fui a Aguascalientes, que hubo un evento que se llamó Economía Solidaria y le digo a mi mamá que yo aprendí ahí mucho también igual porque se da uno cuenta de cómo lucha la gente porque las cooperativas sigan en pie, mucha gente quiere quitarlas, ya no quieren que sean cooperativas y ahí yo aprendí muchas cosas de dar y de ayudar a la demás gente y también la cooperativa, en ese aspecto, me ha enriquecido con todo ese tipo de eventos, al igual que he conocido mucha gente igual que nos apoya, entonces, como que lo van enriqueciendo a uno.” (C)

“...hemos conocido otra parte de cómo hacer intercambio con otras cooperativas con las que podemos hacer intercambio de nuestros productos con sus productos de ellos y entonces de ese modo podemos ir ayudándonos unos a otros.” (T₁)

“También me dedico a las ventas, voy a las ferias a vender o a donde nos dicen que va a haber eventos o eso, yo me voy con mi mamá o a veces yo me voy sola.” (J)

Para realizar los cursos de capacitación y formación buscan apoyo de instituciones gubernamentales (por ejemplo INDESOL) y de organismos no gubernamentales (diversas ONG's), realizando dos turnos de trabajo, por la mañana dan cursos y por la tarde fabrican sus productos. Mientras no consigan un nicho de mercado seguro para la venta de sus productos, seguirán apoyándose en diversas organizaciones sociales para obtener recursos para la impartición de capacitación y formación a mujeres.

“...las clases eran de 9 a 1, entonces, las cuatro horas de la mañana nos pagaban del proyecto que se metió a INDESOL, nos pagaban medio día y después de medio día ya trabajábamos lo de nosotros, se vendía lo que producíamos nosotras y con eso se completaba nuestro salario.” (E)

“...de hecho el proyecto de “Semillitas” también es para seguir la capacitación de la gente. De hecho ya hay algunas apuntadas. Después de este proyecto que se acabó, ha estado viniendo la gente, que cuando se iba a continuar el otro, para que entraran otras personas. Es lo que se piensa ver con la gente, que ahora que se empieza el proyecto, que entren ellas.” (C)

“...pues a mi si me gustaría de cierta manera que fuera para capacitación porque a lo mejor no se queden a trabajar ahí, pero que ya le gente tenga una herramienta para poder salir y buscar un empleo, a lo mejor mal pagado, porque lo de la costura es mal pagado, lo pagan a destajo o con un salario que no les alcanza, pero ya es una herramienta más que ellas pueden utilizar”. (C)

Este cambio que se introduce poco a poco en la SCMH ha permitido a las cooperativistas estrechar los lazos de confianza, así como reforzar la identidad de la organización sobre la base de su percepción de la vida en sociedad y de sus expectativas sobre la organización. Sin embargo, no se puede dejar de lado que su situación en el presente y en el futuro inmediato no es prometedor, ya que para poner en práctica su centro de capacitación y formación de mujeres necesitan tener un ingreso seguro, que les permita cubrir el pago del trabajo realizado de las aspirantes

a socias y socias activas, así como sus prestaciones, aunque solo sean las mínimas, el mantenimiento del local y los diversos gastos administrativos y fiscales en los que se incurre por el funcionamiento de la SCMH, así como obtener recursos para seguir con los cursos de capacitación y formación. Aunque este último aspecto no es tan costoso ya que aunque se independizaron formalmente de GEM, todavía siguen teniendo relación con la asociación en los aspectos de socialización y solidaridad comunitaria, por lo que a través de ellas y de otros organismos sociales pueden conseguir los cursos de formación. Estos cursos de formación son de Derecho de la Mujer, Salud Familiar, Educación y Respeto a los hijos y Solidaridad Urbana. Temas que son ampliamente tratados por las ONG's de apoyo y educación a las mujeres en las zonas marginadas y conurbanas del Distrito Federal y que a través de la vinculación pueden llevar a cabo convenios de formación, consiguiendo así que diferentes organismos sociales les faciliten a las instructoras para los diferentes seminarios que se programen en la SCMH.

En los últimos tiempos han establecido una rutina de trabajo con la cual no se han suscitado conflictos entre ellas. Aunque son pocas cooperativistas, han logrado coordinar las actividades, ya que cuentan con el conocimiento, el cual obtuvieron a través de los procesos por los que a atravesado la SCMH y que les ha permitido de alguna forma ser eficientes.

“Siempre platicamos y nos organizamos con lo que hay que hacer y todas respondemos al trabajo que nos damos, nadie deja de hacerlo.” (E)

“...somos responsables de sacar todo entre todas.” (J)

“Aquí siempre se ha hecho de todo, desde ir a traer tela, venir, tender, cortar, coser y entregar, todas hacemos de todo.” (E)

“...una chava, Jazmín, que ya estaba trabajando con nosotras, pero se alivió, se vio un poco mal, ahorita está en su casa, ella es la que nos borda los ojitos de los animalitos, en su casa. (T₁)

Este cambio que se está dando en la SCMH ha permitido a las mujeres poner en práctica los aspectos de solidaridad y ayuda mutua que han estado arraigados en su forma ser, aspecto que constituyeron a partir de su formación durante su vida en familia y en sociedad antes de legalizar la organización. Se puede pensar que aunque la organización fue creada como una cooperativa de producción, a propuesta de GEM, el fin que las cooperativistas perseguían era el de crear una organización con la cual las mujeres tuvieran un espacio en el cual pudieran desarrollar sus capacidades, donde se les valore, es decir, tener un lugar de encuentro y pertenencia.

Las características de identidad que predominaron en este periodo se encuentran relacionadas en el cuadro 48.

Cuadro 48
Características de identidad organizacional en la etapa V, periodo en que la organización empieza a trabajar como centro de formación y capacitación de mujeres.

	Características	Dimensiones
Identidad Organizacional (Nivel Organización)	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Fidelidad ▸ Relevancia de los intereses de la organización <p>Apoyo en las tareas con el fin de beneficiar a las cooperativistas y a la organización Confianza mutua como elemento central de las interrelaciones personales e intraorganizacionales</p>	Lealtad organizacional
	<p>Compromiso organizacional Respeto a las normas establecidas y a los principios de funcionamiento</p>	Obediencia organizacional
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Colaboración intraorganizacional ▸ Trabajo colectivo ▸ Colaboración interorganizacional 	Colaboración
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Relaciones afectivas estrechas ▸ Representaciones colectivas de la organización ▸ Valores compartidos <ul style="list-style-type: none"> ○ Responsabilidad, equidad, confianza, igualdad, solidaridad 	Normas sociales compartidas
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Capacitación y formación colectiva de las aspirantes a socias ▸ Formalización de la capacitación y formación colectiva de mujeres de la comunidad ▸ La cooperativa como una escuela (Metáfora) 	Vocación tutorial
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Identificación con el pañal ▸ Trabajo y libertad ▸ Liderazgo comunitario ▸ Fuerte identificación con el trabajo de capacitación y formación ▸ Representación simbólica de la organización 	Símbolos organizacionales
	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Control democrático de los miembros ▸ Participación económica de los miembros ▸ Educación, capacitación e información ▸ Compromiso con la comunidad ▸ Cooperación entre cooperativas ▸ Autonomía e Independencia 	Principios Cooperativos

En el periodo de formalización de la SCMH, etapa II, la solidaridad y la cooperación, tanto individual como grupal, son características propias de identidad que fueron centrales y distintivas en la etapa I, en el nivel grupal. Donde el grupo se compromete con la comunidad al buscar solución a los problemas que se presentan en la colonia, y a través de las acciones para su solución se dan relaciones interpersonales afectivas entre los miembros del grupo, creándose lazos de confianza y solidaridad comunitaria, estos valores que se crean en el grupo al formalizarse la SCMH, son apropiados por esta y asumidos por las socias, las cuales los aplican en sus actividades organizacionales. Al transponer el grupo sus principios de funcionamiento a la organización, permite la construcción de la identidad organizacional, donde a la cooperativa se le reconoce como grupo de identificación de todos sus miembros.

Los valores al ser trasladados a la organización conforman las dimensiones de identidad organizacional en la etapa de formalización de la SCMH, y se institucionalizan al ser aceptados por las cooperativistas. El papel que juega la asociatividad en esta etapa es primordial ya que a través de ella se facilitan las interconexiones de las relaciones afectivas facilitando la construcción de la identidad organizacional. El establecimiento de vínculos fuertes les permitió coordinar con cierta eficacia las actividades organizacionales y el hecho de que las cooperativistas hayan participado en la construcción de los objetivos de la organización permitieron a su vez la construcción de la identidad organizacional, la cual se conforma con base en los valores que el grupo trasladó a la organización.

En el cuadro 49 se muestran las dimensiones que conforman la identidad organizacional de la SCMH. Asimismo, se muestran las características de identidad significativas en cada etapa, las cuales fueron conformando las dimensiones identitarias de la organización.

Cuadro 49
Características de Identidad Organizacional de las etapas I a V

DIMENSIONES	ETAPA I Etapa previa a la constitución de la Cooperativa	ETAPA II <i>Hacia la construcción de la identidad organizacional, los inicios.</i>	ETAPA III <i>Reforzando la identidad organizacional</i>	ETAPA IV <i>Hacia una nueva identidad</i>	ETAPA V <i>Identidad Organizacional actual</i>
Lealtad organizacional		<ul style="list-style-type: none"> ▸ Bases de la fidelidad ▸ Confianza mutua ▸ Apoyo en las tareas 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Consolidación de la fidelidad ▸ Subordinación (sacrificio) de intereses personales a los del grupo ▸ Inicio de relaciones de confianza ▸ Apoyo en las tareas con el fin del colectivo 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Fortalecimiento de la fidelidad ▸ Subordinación (sacrificio) de intereses personales a los de la organización ▸ Apoyo en las tareas con el fin de beneficiar a la organización ▸ La confianza mutua ya forma parte de las interrelaciones personales 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Fidelidad ▸ Relevancia de los intereses de la organización ▸ Apoyo en las tareas con el fin de beneficiar a las cooperativistas y a la organización ▸ Confianza mutua como elemento central de las interrelaciones personales e intraorganizacionales
Obediencia organizacional		<ul style="list-style-type: none"> ▸ Obligación de cumplir con lo establecido 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Obligación de cumplir con lo establecido por la organización ▸ Respeto a las normas establecidas 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ La obligación de cumplir con lo establecido por la organización, se convierte en parte del quehacer cotidiano ▸ Respeto a las normas establecidas y a los principios de funcionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Compromiso organizacional ▸ Respeto a las normas establecidas y a los principios de funcionamiento
Colaboración	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Espíritu de colaboración ▸ Colaboración intergrupos 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Trabajo colectivo 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Colaboración intraorganizacional ▸ Trabajo colectivo ▸ Inicio de la cooperación interorganizacional 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Colaboración intraorganizacional ▸ Trabajo colectivo ▸ Cooperación intraorganizacional 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Colaboración intraorganizacional ▸ Trabajo colectivo ▸ Colaboración interorganizacional
Normas sociales compartidas	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Educación familiar tradicional 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Relaciones afectivas ▸ Valores: <ul style="list-style-type: none"> ○ Responsabilidad, confianza, solidaridad 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Relaciones afectivas ▸ Representaciones colectivas de la organización ▸ Valores compartidos <ul style="list-style-type: none"> ○ Responsabilidad, confianza, igualdad, solidaridad 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Relaciones afectivas estrechas ▸ Representaciones colectivas de la organización ▸ Valores compartidos <ul style="list-style-type: none"> ○ Responsabilidad, equidad, confianza, igualdad, solidaridad 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Relaciones afectivas estrechas ▸ Representaciones colectivas de la organización ▸ Valores compartidos <ul style="list-style-type: none"> ○ Responsabilidad, equidad, confianza, igualdad, solidaridad
Vocación tutorial	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Voluntad de compartir conocimientos y experiencias 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Capacitación y formación colectiva 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Capacitación colectiva de las aspirantes a socias ▸ Capacitación colectiva de mujeres pertenecientes a diferentes grupos sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Capacitación y formación colectiva de las aspirantes a socias ▸ Capacitación y formación colectiva de mujeres pertenecientes a diferentes grupos sociales ▸ La cooperativa como una escuela (Metáfora) 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Capacitación y formación colectiva de las aspirantes a socias ▸ Formalización de la capacitación y formación colectiva de mujeres de la comunidad ▸ La cooperativa como una escuela (Metáfora)
Símbolos organizacionales			<ul style="list-style-type: none"> ▸ Fuerte identificación con los productos propios ▸ Trabajo y libertad, logotipo ▸ Liderazgo comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Identificación con el pañal ▸ Trabajo y libertad ▸ Liderazgo comunitario ▸ Representación simbólica de la organización 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Identificación con el pañal ▸ Trabajo y libertad ▸ Liderazgo comunitario ▸ Fuerte identificación con el trabajo de capacitación y formación ▸ Representación simbólica de la organización
Características de identidad individual Y Grupal	<p>Solidaridad y cooperación</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Honestidad, Reciprocidad ▸ Compromiso con las compañeras, ▸ Compromiso con la comunidad, ▸ Ayuda mutua <p>Valores comunitarios</p>				
Principios Cooperativos	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Compromiso con la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Participación económica de los miembros ▸ Compromiso con la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Control democrático de los miembros ▸ Participación económica de los miembros ▸ Compromiso con la comunidad ▸ Inicio de las relaciones intercooperativas 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Control democrático de los miembros ▸ Participación económica de los miembros ▸ Educación, capacitación e información ▸ Compromiso con la comunidad ▸ Cooperación entre cooperativas ▸ Autonomía e Independencia 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Control democrático de los miembros ▸ Participación económica de los miembros ▸ Educación, capacitación e información ▸ Compromiso con la comunidad ▸ Cooperación entre cooperativas ▸ Autonomía e Independencia

A través de la historia de la Cooperativa representada en el cuadro 49, se fue construyendo la identidad organizacional; se observa cómo una de las características del desarrollo de la cooperativa es la modificación de sus objetivos a través de su capacitación, de su formación, de su aprendizaje, influenciados por el contexto.

Aunque la organización fue creada como una cooperativa de producción, a propuesta de GEM, el fin que las cooperativistas perseguían era el de crear una organización con la cual las mujeres tuvieran un espacio en el que pudieran desarrollar sus capacidades, donde se les valore, es decir, tener un lugar de encuentro y pertenencia.

El proceso de capacitación y formación de las mujeres aspirantes a socias de la cooperativa, se inicia con el reclutamiento de las candidatas, en primer lugar se identifican a las posibles candidatas, se les hace una entrevista y a partir de ésta se seleccionan y se programa un taller en el cual se les da información sobre lo que es una cooperativa y sus características, así como una “politización”⁹¹ sobre los aspectos sociales y políticos de las organizaciones sociales, las luchas sociales, etc.

Durante el proceso de reclutamiento, hay una etapa en la que se realiza una especie de adoctrinamiento; durante la etapa de consolidación como grupo, las mujeres fueron formadas en los aspectos sociales y políticos por una asociación civil de mujeres, donde algunas de las integrantes de la asociación se formaron con el enfoque de las feministas radicales de los años cuarenta, las cuales transmiten a las fundadoras toda esta ideología radical, tanto en los aspectos sociales como en los políticos, y es este discurso que ellas transmiten a las candidatas a socias y éstas a su vez lo reproducen en la cooperativa.

Este discurso se vuelve, de alguna manera, el lema para la acción dentro de la cooperativa, en donde se puede observar cómo con base en este discurso las

⁹¹ Aquí podemos observar el uso del discurso cooperativo en la formación ideológica de las posibles candidatas a socias.

mujeres crean sus identificaciones. Aspecto, que por supuesto, les permite elevar la autoestima y a partir de ahí crear acciones para conservarla.

Así, a partir del discurso, las mujeres logran interiorizar una serie de valores que les permiten elevar o adquirir su autoestima, la cual es importante para que ellas puedan tener calidad de vida interior, la sienten en la cooperativa que se convierte en un espacio de convivencia donde se vuelcan una serie de identificaciones, relaciones de identidad, donde la forma de adquisición de aprendizaje es significativo para sus relaciones laborales futuras. A pesar de que la organización no satisface las necesidades económicas de las cooperativistas, se las aligera, permitiéndoles al mismo tiempo sentirse útiles a la sociedad y, principalmente, para mejorar las condiciones cualitativas de la vida familiar.

Sin embargo, no pueden minimizar el problema económico, por que es también importante que las cooperativistas pongan más atención al problema de la productividad y del mercado, ya que en el momento que la cooperativa no se sostenga económicamente se pueden presentar una serie de conflictos. Al respecto, una de las socias comenta:

“...nosotras podemos diseñar y hacer prendas de bebé y otros artículos para bebé, cosas para niños, pijamas, muchas cosas, la cosa es donde las vendemos, bueno, podríamos maquilar, pero no...pues no, nos quieren explotar y pues eso no va con nosotras, si estamos luchando porque no nos vean la cara en la casa, ni modo que dejemos que nos la vean ellos, con su maquila tan mal pagada. Claro que así podríamos sacar lana para salir, pero pues no, nos quieren explotar, mejor aunque nos tardemos vamos sacando poco a poco nuestros productos y el pañal nos saca de bronca, ese si es bueno, encontrando donde nos lo compren. Pero algunas mujeres de aquí, de la colonia, que hacen maquila, vienen a que les prestemos las máquinas y ya con eso sacamos algo de los gastos de la semana”. (T₁)

Como se observa, el discurso manejado por la cooperativa sobre el papel del trabajador ante los patronos, donde no se debe permitir la explotación, no les permite realizar maquila, ya que consideran que quieren explotarlos y eso va en contra de sus principios. La cooperativa se forma con base en el discurso del grupo de mujeres que las apoyan para formalizar la organización, las cooperativistas se lo apropian y se lo van transmitiendo a las nuevas aspirantes, para cuando éstas se convierten en socias, ya se apropiaron del discurso. Así vemos cómo la cooperativa se apropió del discurso de las fundadoras, lo llenó de contenido simbólico, de poder, lo transformó en discurso organizacional, lo introyectó en las cooperativistas y lo utiliza para sus propios fines.

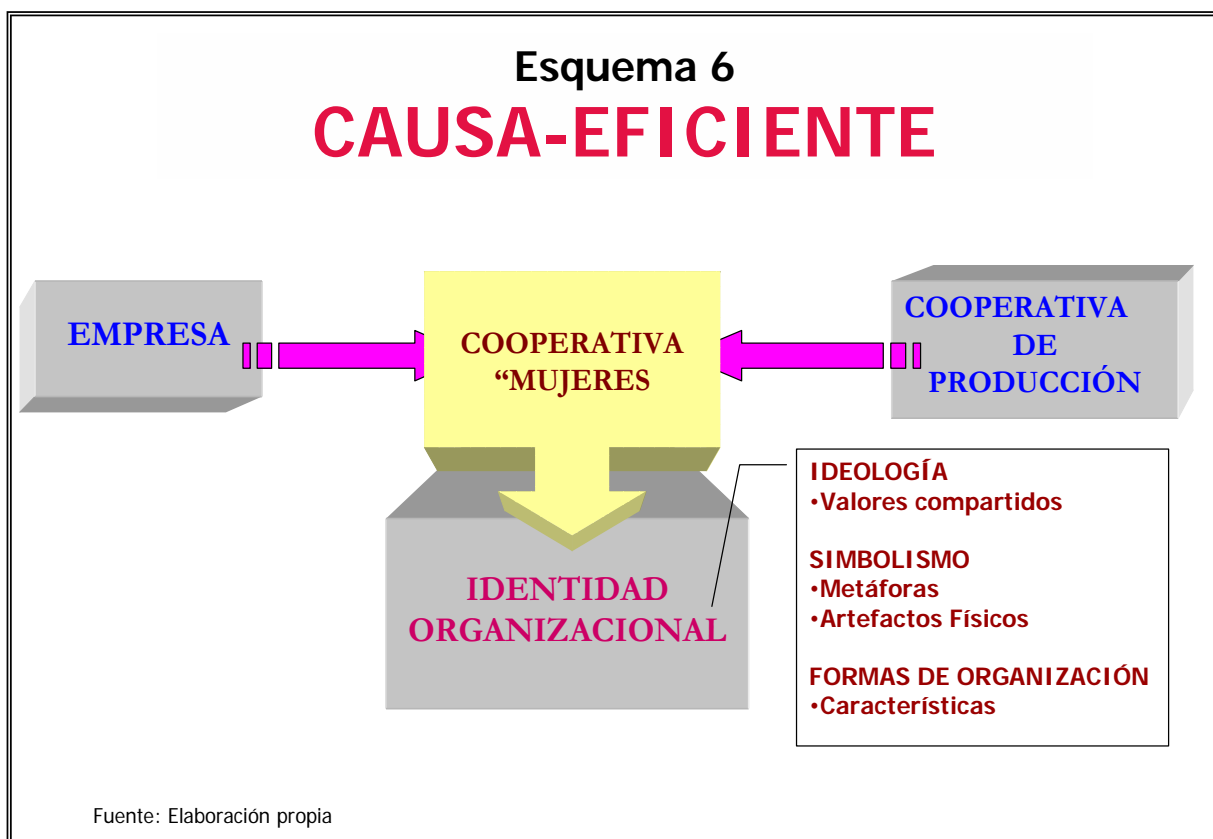
La cooperativa es resultado del trabajo realizado por organizaciones sociales de mujeres ubicadas dentro del movimiento urbano popular, las cuales transmiten su discurso al grupo de mujeres y este discurso, una vez formalizado el grupo de mujeres en una organización, la cooperativa, trasladan a esta organización su discurso.

Así podemos observar cómo en el proceso de capacitación, la organización transmite el discurso a las nuevas cooperativistas, permitiendo la identificación de las cooperativistas y la institucionalización de valores e identidad.

Una de las características de las organizaciones sociales es que se constituyen para lograr determinados propósitos que son importantes para sus miembros, sobre la base de confianza y reciprocidad, lo cual les permite que a su vez puedan ser utilizadas para otros fines, así podemos observar que la SCMH fue constituida formalmente para proporcionar una fuente de trabajo y con esto aligerar la problemática económica de las mujeres de la colonia Piloto-Infonavit, pero a través de la apropiación de los valores e ideología de las fundadoras, durante su proceso de consolidación como cooperativa atiende otros propósitos, como es el caso de la formación y capacitación de las mujeres de la comunidad, la cual se convierte en su objetivo principal, dejando como subproducto la producción de prendas de vestir, la

cual solo le va a servir como medio para lograr este objetivo de capacitación y formación. Con esto, la cooperativa logra extender sus beneficios a personas que no participan en ella.

En el esquema 6 se muestra la relación de causa-eficiencia de la cooperativa, en el cual se observa cómo la cooperativa, a través de sus características culturales, forma su personalidad, la cual es diferente a una empresa y a una cooperativa de producción.



3.2.4.2 Dimensiones de identidad organizacional

Como resultado del análisis de la construcción de la identidad de la SCMH, se obtuvieron las dimensiones lealtad organizacional, obediencia organizacional, colaboración, normas sociales compartidas, vocación tutorial y símbolos organizacionales, así como otras características de identidad, liderazgo y la representación simbólica de la organización. Estas dimensiones y características de identidad organizacional son las que se consideran como centrales, distintivas y, en algunos casos, perdurables, pero no podemos obviar que existen otras características que permiten conformar la identidad de la SCMH, las cuales no aparecen como relevantes en nuestro análisis, razón por la que se incluyeron. A continuación se realiza la descripción de cada una de las dimensiones y características de identidad organizacional que consideramos relevantes para su estudio.

3.2.4.2.1 Lealtad organizacional

En la dimensión lealtad organizacional se consideraron aquellas características donde sobresale la ayuda mutua, creándose un compromiso hacia las compañeras y hacia la organización, igualmente hace referencia a la solidaridad, la cual en este periodo esta muy marcada y a través de ellas se empiezan a formar vínculos estrechos entre las cooperativistas, las relaciones interpersonales afectivas se empiezan a marcar como una constante en su actividad diaria. La fidelidad de las cooperativistas hacia la organización aparece como una constante en la vida de la organización, quienes a pesar de que las expectativas de trabajo planteadas inicialmente no se cumplieron durante la segunda etapa, de formalización de la SCMH, permanecen luchando por el proyecto, es decir su actitud es de no abandonar a sus compañeras, manteniéndose firmes en sus ideales y convicciones, esta característica se fue reforzando a través del tiempo, atravesando a la tercera etapa y, en la cuarta etapa, donde se quedan sin mercado para la venta de sus productos al mayoreo, apoyan a las cooperativistas que tienen que dejar la SCMH para conseguir ingresos menos bajos, sin que se creen conflictos.

En la quinta etapa, la lealtad se observa al tratar de consolidar su proyecto de capacitación y formación de mujeres, continúan juntas en la construcción de sus nuevos objetivos, subordinando sus intereses a los de la organización, por lo que se puede considerar que en todas las etapas la confianza mutua permeó todas sus actividades. Esta dimensión de identidad organizacional aparece como central y distintiva y perdurable en todas las etapas de construcción de su identidad, reforzándose a través del tiempo.

3.2.4.2.2. Obediencia organizacional

La obediencia organizacional se puede entender como la disposición de las cooperativistas para responder a los mandatos de la organización con el fin de alcanzar los objetivos establecidos, esta característica se empieza a delinear como central desde la primera etapa, creando una relación de confianza mutua y solidaridad, las cuales son significativas y representativas en cada etapa. Hay una obligación y respeto por las normas establecidas y los principios de funcionamiento.

Asimismo, los intereses individuales se empiezan a subordinar a los de la organización cuando las cooperativistas, con tal de alcanzar su objetivo de crear una organización flexible, que no se contraponga con sus actividades y obligaciones como amas de casa, le dedican mucho tiempo a su construcción, apoyado continuamente a sus compañeras en las actividades asignadas.

3.2.4.2.3. Colaboración

Otro aspecto de identidad organizacional que se considera como central en este periodo es la colaboración, como se observa, el trabajo se realiza en colectividad, ya que a pesar de tener asignadas sus tareas, si alguien lo requiere ya sea por cuestiones personales u organizacionales, las demás cooperativistas prestan su ayuda. Actitud que ha prevalecido en todas las etapas de la SCMH

Las dimensiones de lealtad y obediencia organizacional se institucionalizan en la organización debido a la fuerte colaboración que existe entre las cooperativistas. La colaboración se empieza a delinear como estructura institucional en la SCMH, las cooperativistas cooperan en todas las actividades con el propósito de alcanzar las metas establecidas, lo que logran a través del comportamiento asociativo, logrando minimizar los conflictos, pues la cooperación implica intenciones recíprocas y comportamiento asociativo, convirtiéndose para la SCMH en un fin en sí mismo. La colaboración en la cooperativa, como se observa en el análisis de los datos, a través del tiempo se convierte en un hecho de su realidad cotidiana, la cual se manifiesta a través de las diferentes etapas por la que ha atravesado. Esta colaboración muestra la implicación y el compromiso de las cooperativistas en las acciones colectivas y cooperativas. Se puede considerar que uno de los valores fundamentales de la SCMH es la colaboración, en todas sus manifestaciones, la cual a través del tiempo ha sido característica de identidad central, distintiva y perdurable.

3.2.4.2.4 Normas sociales compartidas

Las normas sociales compartidas constituyen el fundamento de las relaciones afectivas y de la acción colectiva en la organización, cuando los empleados aceptan participar en las actividades sociales, crean así en la organización relaciones informales que van a influir sobre la acción y la cooperación transversal, favoreciendo el intercambio de información, que favorece las competencias (Bolino et.al., 2002). Podemos suponer que las normas sociales compartidas refuerzan el sentimiento de pertenencia de las cooperativistas, donde el papel de los valores compartidos ha jugado un papel esencial. Así, la responsabilidad, equidad, confianza, igualdad, solidaridad, empiezan a mostrarse como valores compartidos, logrando relaciones interpersonales estrechas, es decir, se empiezan a establecer normas sociales compartidas que permiten la interacción entre los miembros de la organización para llevar a cabo la acción colectiva.

Estos valores compartidos como muestra de identidad organizacional, son características de identidad de la SCMH desde su formalización hasta la fecha; en la primera etapa no son tan sólidos, ya que existían cooperativistas que no compartían algunos de ellos, pero en las subsecuentes etapas se van consolidando hasta aparecer como una característica de identidad centrales y, una vez consolidados, han permanecido en la organización.

3.2.4.2.5 Vocación tutorial

Otra dimensión de identidad que nace al mismo tiempo que se formaliza la SCMH es la vocación de las cooperativistas por formar a las mujeres de la colonia en el manejo de equipo de costura, aspecto que aparece inicialmente con el objetivo de capacitar a las candidatas a aspirantes a socias, pero que permanece y se consolida en las siguientes etapas al convertirse en parte fundamental de las actividades de la SCMH, estas características de identidad se presentan en las socias, aquellas que ya cuentan con el conocimiento y que saben la importancia de contar con un oficio para poder conseguir un ingreso.

Estas características de identidad se van reforzando a través del tiempo y cuando se les presentan problemas con su mercado para la venta al mayoreo de sus productos, se convierte en aspecto fundamental que les va a permitir un cambio organizacional, sumando nuevos objetivos, es decir, de ser una cooperativa de producción, convertirse, además, en un centro de capacitación y formación de las mujeres de la colonia y de diversas comunidades.

En la tercera etapa empiezan a considerar este cambio, en cuarta etapa empiezan con algunos cursos para las mujeres de la colonia, es decir, ya no solo son para aquellas mujeres que consideran formar parte de la SCMH; son cursos de capacitación y formación abiertos a la comunidad de la colonia. En la quinta etapa, ya se empiezan a ver los resultados de este cambio, donde ya se organizaron, de tal forma, que las actividades de formación y capacitación se den por las mañanas, para permitir a las mujeres en formación, que mientras sus hijos, para quien los tenga,

están en clases, ellas toman los cursos; y por las tardes se dedican a las actividades de confección y producción de sus productos.

Para este cambio organizacional los conflictos que se presentan no son significativos, debido a que de alguna forma este aspecto de solidaridad con la comunidad ha prevalecido desde siempre y lo que están realizando en estos momentos, es solo ponerlo en práctica.

Como se observa, estas características de identidad han prevalecido a través del tiempo, pero que sin ser centrales en los inicios a través del tiempo se van consolidando hasta llegar a un momento que son centrales y distintivas de la SCMH. Estos cambios han repercutido principalmente en su forma de organización, ya que deben realizar cambios en cuanto a las formas de trabajo interno, algunas socias ya no solo se dedican a las actividades de administración de la SCMH, confección y elaboración de productos, sino que además asumen las actividades de formación y capacitación, tareas que anteriormente eran realizadas solo por aquellas de mayor experiencia y aptitud para la capacitación. Al ser un servicio abierto a la comunidad, deben participar todas las socias, no así las aspirantes, pues ellas todavía están en formación. La capacitación que se llevar a cabo en este último periodo es diferente a la que se realizaba en los anteriores periodos. La diferencia consiste en que cuando se capacita a las aspirantes a socias, solo llegaban a cubrir ciertos aspectos y después sobre la práctica, a través de la experiencia ellas terminaban su formación. Para capacitar a las mujeres para que tengan un oficio que les permita ser autosuficientes económicamente, la formación debe ser más intensa, pues deben dedicar un tiempo a que adquieran práctica. Los procesos organizacionales a partir de este cambio, son más complejos por lo que las mujeres se han ido adaptando poco a poco. El compromiso con la comunidad, a través del tiempo se ha intensificado.

Aunado a lo anterior, también deben dedicarse a elaborar proyectos de formación que son presentados a diferentes organismos sociales para obtener apoyo económico para la capacitación y formación a mujeres de la comunidad. Esta dimensión de identidad involucra fuertes relaciones interpersonales, pero ahora ya no solo al

interior de la SCMH y con sus familiares, sino intraorganizacionalmente; empiezan a tener una interrelación cada vez más estrecha con la comunidad.

3.2.4.2.6 Símbolos organizaciones

Además de la lealtad y obediencia organizacional, la colaboración, normas sociales compartidas y la vocación tutorial, la dimensión símbolos organizacionales es otro aspecto significativo de identidad organizacional de la SCMH, los productos propios representan para las cooperativistas concretar su realización como individuos, ya que significa independencia y autonomía; en el logotipo se encuentran expresados sus sentimientos y en el pañal sus logros. El pañal y la marca COMOSITO son objetos de identificación de la SCMH, por lo que se convierten en características de identidad distintivas.

Así, se observar como los productos que produce y comercializa la SCMH, además de sus aspectos tangibles, tienen una parte intangible importante, que son los valores que los acompañan. Las cooperativistas añaden a sus productos valores que sincronizan con su identidad, como son la honestidad, el compromiso con la comunidad, al producir un artículo que contribuye a la reducción de la contaminación, no hay que olvidar el grave problema de contaminación que provoca la utilización de productos desechables. El producto que ofrece la SCMH - principalmente el pañal- tiene una carga simbólica de lo que esperan las cooperativistas dar y recibir de la sociedad y, asimismo, representa la autorrealización de las cooperativistas como mujeres productivas y autosuficientes.



3.2.4.2.7 Otras características de identidad

Además de las características de identidad descritas anteriormente en las dimensiones de identidad organizacional, la SCMH presenta otras características que se presentan como centrales en la construcción de su identidad: el papel que desempeñan los líderes, es decir, el liderazgo y la representación simbólica que tiene la organización para las cooperativistas.

3.2.4.2.7.1 Liderazgo

Se puede considerar que el papel que han desempeñado **T₁** y **E**, dentro y fuera de la SCM_H, ha sido decisivo para la construcción de la identidad organizacional, así como para la permanencia de la cooperativa. En las cooperativas, organizaciones autogestionarias con fines sociales, el papel del líder se espera que no sea el tradicional, aquel que carga sobre sus hombros todo el peso de la organización, sino que sea capaz de crear el ambiente propicio para que cada integrante de la organización soporte su parte de la carga. Es decir, debe lograr que los cooperativistas interioricen los valores y se identifiquen con la organización para que los principios cooperativos puedan ser puestos en práctica. Por la condición democrática que deben asumir los dirigentes, por su cualidad de servidores, altruismo y capacidad asociativa, el líder asume este tipo de liderazgo.

Con respecto a la participación de **T₁** en este renglón, se le puede considerar como el eje de la SCM_H; de acuerdo con su formación, su identidad individual cuenta con las características de fuerte solidaridad y ayuda en las zonas marginadas, tanto de la ciudad como al interior del país. El cultivo de los valores y la participación permanente de **T₁**, en actividades voluntarias y tareas comunitarias, actuaron como peso para la adquisición de compromisos cívicos; los valores y la participación fueron moldeando su identidad participativa asumiendo compromisos con la comunidad, características que traslada al grupo una vez constituido como cooperativa.

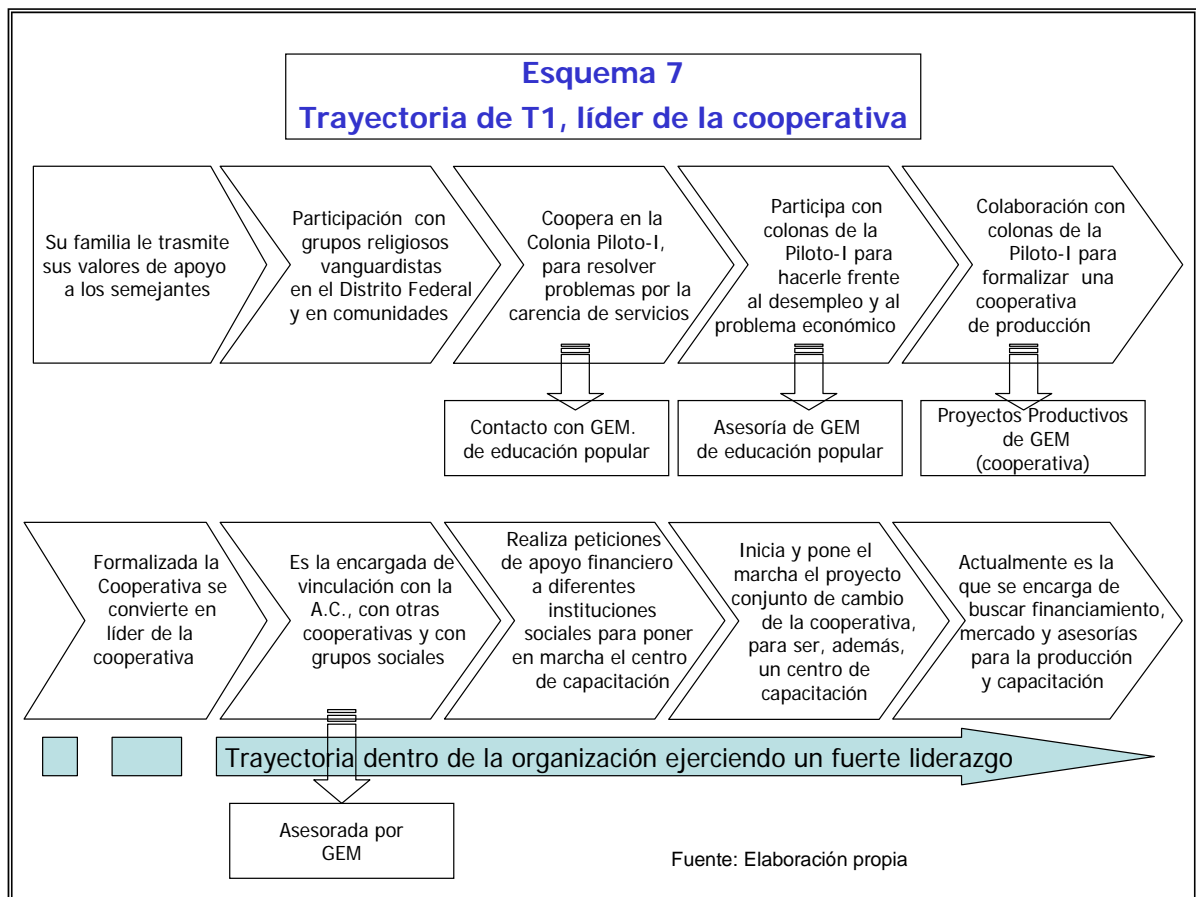
*"...pero siempre hay alguien ahí que trata de sobrellevar las cosas y decir si estás mal, pero no dejan que como que se enfrente uno, que cuando te enojas te pongas agresivo pues si está mal ella, eso no. Siempre esta **T₁** que dice, pues si está mal ella, pero se lo hubieras dicho en otro momento, no en este". (S)*

"...yo soy la encargada de la producción, ahí está la gente, pero yo le digo sabes que esto va a salir de aquí a tales horas porque esto urge. Entonces la gente se queja luego con Teresa y ella dice

¿sabes qué? no seas tan dura con ellas. No es que sea dura, le digo, mira Teresa tenemos los privilegios, si tu pides permiso, te vas a las tres de la tarde, se te paga, pero cuando hay trabajo hay que echarle ganas para que esto salga. Teresa siempre está abogando por las mujeres, pero debe haber disciplina si nos lleva la fregada”.

(E)

En el esquema 6, se muestra la trayectoria de **T₁**, como persona comprometida con la comunidad, con valores de solidaridad y ayuda mutua, los cuales al formalizarse la SCMH son apropiados por la organización convirtiéndose en características de identidad organizacional. Estas características la han hecho ser muy condescendiente con las cooperativistas, es la que siempre esta viendo que se les disculpe si no han podido cumplir con su trabajo por tener problemas personales, aspecto que permite a las cooperativistas sentirse protegidas. Lo que les ha permitido sentir a la organización como un espacio de realización personal y grupal.



Otra de las cooperativistas que ha sido guía de la SCMH es **E**, la cual aporta a la organización su amplia experiencia en el manejo de maquinaria y equipo de costura, así como en la confección de prendas. A diferencia de **T₁**, **E** se formó dentro de fábricas y talleres de costura desde muy joven, sus características son de una mujer con carácter, disciplinada y con un alto sentido de responsabilidad y compromiso tanto en el aspecto laboral como personal. A través de su liderazgo, el cual siempre ha estado a la sombra del que ejerce **T₁**, las cooperativistas se han formado asumiendo aspectos de compromiso y responsabilidad, aunque en ocasiones estas actitudes han provocado conflictos, en los cuales **T₁** ha servido de árbitro y a través de pláticas entre las partes ha conseguido que las cooperativistas entiendan e interioricen la importancia de la responsabilidad, a través de la cual se han logrado el compromiso con la organización y con las demás cooperativistas.

“Aquí ella (E) es la que sabe más de costura, de echo, ella se encarga de todo lo de producción salga bien, ella lo coordina”. (T₁)

“T₁ y E siempre han sido las que de alguna manera nos dicen que hacer son las de más experiencia y saben hacer las cosas, pero las decisiones las platicamos y decidimos”. (J)

“T₁ es la que hace las cosas de afuera, busca a quien venderle, bueno clientes, lo que son los apoyos, es la que se encarga de buscar apoyos para los cursos, le busca bastante y también es la que se entiende con los abogados para lo de la actualización de actas y socias y tener bien lo legal, ella se encarga de eso y bueno aquí en la COPE lo demás lo cuida E, ella es la que más sabe de costura y lo ve, pero si ellas no están pues todas hacemos de todo y luego les entregamos como quien dice las cuentas, pero todas hacemos de todo”. (S)

3.2.4.2.7.2 Representación simbólica de la organización

Las mujeres en la SCMH han interiorizado una serie de valores que les ha permitido elevar su autoestima la cual es importante para que ellas puedan tener calidad de vida interior, convirtiéndose la SCMH en un espacio de convivencia donde se vuelcan una serie de identificaciones, relaciones de identidad donde la formación y capacitación son significativos para sus relaciones laborales futuras y aunque la organización no satisface sus necesidades económicas, se las aligera, permitiéndoles al mismo tiempo sentirse útiles a la sociedad y, principalmente, para mejorar las condiciones cualitativas de vida familiar.

Así, se puede observar a la organización como una representación simbólica, la cual en lugar de ser solo un centro de trabajo se convierte en una ampliación de la casa, donde se sienten en familia, se identifican con ella y las relaciones interpersonales son afectivas. Asimismo, consideran como si estuvieran en una escuela cuando

realizan el proceso de formación y capacitación. Lo anterior se puede observar en los comentarios realizados por las cooperativistas en las entrevistas realizadas.

“En la fábrica era de patrón a empleada (el trato), en la cocina igual. Aquí siento que es como amistad, no siento que sean como mis patronas, sino amistad, compañerismo, es lo que siento yo.

(J)

“...aunque si chocamos a veces, por el carácter mas que todo se choca, pero nos hemos llevado, porque también, las cosas que no nos parecen, tenemos un espacio donde lo podemos platicar, donde lo podemos decir...” **(S)**

“Aunque luego me han dicho gente consíguete otro trabajo mejor, donde te paguen mejor y eso, pero no es mi tirada esa, tampoco ya, de conseguir un trabajo y ganar mejor, no. Yo aquí me quedé también por respaldar a mi mamá por todo el esfuerzo que ha hecho al igual que las demás compañeras en que la cooperativa siga adelante y con lo poco que sé y con lo que yo puedo dar, yo ahí me siento a gusto, aunque luego a veces si me canso y me enojo porque luego tengo que hacer muchas cosas, pero me ha enriquecido bastante el estar ahí en la cooperativa, he aprendido a ser como más humanitaria, o no se como se pueda decir, pero eso es lo que yo he aprendido ahí en la cooperativa.” **(C)**

“Y, al igual que las compañeras, yo digo que todos ponemos también un poco de nosotros, porque si hay unas que si se van y regresan otra vez y todo, pero regresan por algo, porque la cooperativa les ha dado algo y aunque encuentren trabajo y todo, vuelven a regresar ahí a la cope y mucha gente de ahí a salido aprendiendo a leer, escribir, manejo de las máquinas, al igual de las capacitaciones sobre los derechos de la mujer, aprenden. Yo digo que todos los que han salido de ahí, algo se han llevado, aunque sea de lo que aprenden de la cooperativa.” **(C)**

“...en la cooperativa le brindan a uno confianza, es lo que yo he visto desde que yo entré, le brindan a uno confianza, no están

presionando como si estuviera uno en una fábrica. En la fábrica va uno con tiempo, y tiene que hacer ciertas docenas de medias con un tiempo y acá en la cooperativa no, si tienes que sacar producción y tienes que hacer bien tu trabajo, porque lo revisan y lo tienes que hacer bien, pero no es la misma presión, esa es una diferencia de que acá te sientes con más en confianza, como si estuvieras como en tu casa, así uno se siente en la cooperativa, como si estuviera en su casa. Y en una fábrica es muy diferente, porque vas como contra reloj, o sea que te están supervisando a cada rato y acá no, acá te dejan que hagas tus cosas, te desempeñes y te sientas bien y, por ejemplo, en la fábrica hasta para ir al baño o para tomar agua te tomaban el tiempo y tenía uno que andar tras de la gente y decirle, sabes que, te tardaste y acá no. Aquí te puedes parar, puedes ir al baño, y no te están diciendo sabes que, te paraste tantas veces e igual a la hora de la entrada, o puedes estar platicando y en una fábrica no. Acá te brindan eso, es una confianza que tu puedes estar platicando y haciendo tu trabajo y no te llaman la atención...” (C₁)

“...en la cooperativa le brindan a uno confianza, es lo que yo he visto desde que yo entré, le brindan a uno confianza...” (ML)

“Empecé aquí con un curso que dieron las maestras, después hubo trabajo y ellas me hablaron para que yo me incorporara a su cooperativa. Si me gustó y me identifiqué porque son puras mujeres. Me tratan bien, me tienen paciencia porque en un pago casi yo no sé de costura, que diga usted soy costurera de verdad, pues no. Y me tienen mucha paciencia eso es lo que me gusta de ellas. Y, este, me gusta mucho como trabajan porque son muy pacientes conmigo, me dicen como lo haga y si no sale a la primera, me dicen hazlo de nuevo, sin ningún reclamo, sin que digan, no pues ahora lo vas a pagar”. (J)

“...se aprende todavía cada día más de todas esas personas que van ahí a capacitarse, porque me enseña, es como una escuela, aparte de la escuela que uno tiene, es una escuela de las personas, porque uno piensa que, de veras, que las personas a

cierta edad ya no sirven, que ya sirven, como a la sociedad, como que uno dice, es que ya están viejitas ya nos estorban y no, uno aprende mucho de esas personas". (C)

"Por ejemplo muchas personas de ahí, cuando hubo lo de los talleres de los derechos de la mujer, la autoestima de muchas personas de ahí, de muchas edades, porque fueron de varias edades, tienen la autoestima baja y entonces vas aprendiendo y los conocimientos que te van dando toda esa gente, tu los vas aplicando; yo, por ejemplo, los voy aplicando en mi persona y me van ayudando de cierta manera y yo, de cierta manera también, voy dando como consejos a la demás gente que me van rodeando y que voy conociendo y que esta baja su autoestima o con problemas y yo, con esos conocimientos que me van dando se los voy dando a la demás gente". (S)

"...también he tenido muchos problemas con mi pareja. Al igual, con esas pláticas que hemos tenido, yo he aprendido, a pesar de la edad que yo tengo, pues si escuchaba que tenemos derecho a muchas cosas, pero como que uno sólo se siente como que no puedes salir adelante, y compartiéndolo, mas que todo con mujeres, por que somos todas mujeres, como que te sientes más en familia, yo siento que es muy diferente platicar con un hombre que platicar con una mujer sobre tus problemas. Entonces, de cierta manera, las pláticas y los talleres que han dado, a mi en lo personal si me han ayudado para fortalecerme, más que todo fortalecerme, en mi persona, en mi autoestima también bastante".

(C)

"...todos valemos igual y eso yo creo que es una cosa muy importante ahí en la cooperativa, que todos valemos igual y que tu sabes que cuentas ahí con alguien en cualquier momento que tu lo necesites, siempre hay alguien ahí que te pueda escuchar". (A)

"...el trato con las compañeras es de confianza, te tienen confianza, llegas y está bien, te tratan bien, yo digo que de confianza. Creo que esta cooperativa más que de producción es social pues no se piensa en explotar a los demás..." (E)

“...cuando llego a Mujeres, siento como mi casa, es como una casa, donde todos te tienen afecto y hay amistad...” (C)

La identidad organizacional ha generado en las cooperativistas un fuerte sentido de pertenencia, perciben a la organización como algo propio, por lo se puede considerar a la identidad organizacional una fórmula que favorece esa implicación o compromiso con la SCMH.

3.2.4.2.8 Principios Cooperativos

Por otro lado, a través del análisis de las características de identidad organizacional de la SCMH, se puede observar como han ido dando forma a los principios cooperativos en los cuales se basan las acciones de la cooperativa; en el cuadro 50 se muestran como fueron apareciendo en cada etapa.

Cuadro 50. Principios Cooperativos				
CONCEPTO	ETAPA II <i>Hacia la construcción de la identidad organizacional, los inicios.</i>	ETAPA III <i>Reforzando la identidad organizacional</i>	ETAPA IV <i>Reorganizando la identidad</i>	ETAPA V <i>Identidad Organizacional actual</i>
Principios Cooperativos	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Participación económica de los miembros ▸ Compromiso con la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Control democrático de los miembros ▸ Participación económica de los miembros ▸ Compromiso con la comunidad ▸ Inicio de las relaciones intercooperativas 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Control democrático de los miembros ▸ Participación económica de los miembros ▸ Educación, capacitación e información ▸ Compromiso con la comunidad ▸ Cooperación entre cooperativas ▸ Autonomía e Independencia 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Membresía abierta y voluntaria ▸ Control democrático de los miembros ▸ Participación económica de los miembros ▸ Educación, capacitación e información ▸ Compromiso con la comunidad ▸ Cooperación entre cooperativas ▸ Autonomía e Independencia

Estos principios cooperativos se han constituido a través de los procesos organizacionales de la SCMH en todas sus etapas, con base en valores cooperativos y éticos. En el cuadro 51, se muestran los principios cooperativos relacionados con los valores cooperativos presentes en al SCMH.

Cuadro 51		
Relación entre Principios, Valores Cooperativos Y Éticos		
PRINCIPIOS	VALORES COMPARTIDOS	VALORES ÉTICOS INDIVIDUALES
1. Membresía abierta y voluntaria	Igualdad, Equidad	Honestidad
2. Control democrático de los miembros	Democracia, confianza	Honestidad,
3. Participación económica de los miembros	Igualdad, Equidad	Honestidad, transparencia
4. Autonomía e independencia	Ayuda mutua, Democracia	Honestidad, transparencia,
5. Educación, capacitación e información	Responsabilidad	
6. Cooperación entre cooperativas	Ayuda mutua, Solidaridad	Responsabilidad social
7. Compromiso con la comunidad	Solidaridad, Democracia	Responsabilidad social, Vocación
Fuente: Elaboración propia		

Los principios cooperativos como expresión práctica de los valores son directrices según las cuales los cooperativistas desarrollaran sus organizaciones; son principios prácticos que deberán ser adoptados y puestos en práctica tanto por los dirigentes como por los cooperativistas. Los principios, al igual que los valores, deben convertirse en formas de comportamiento que generen la acción colectiva. En nuestro estudio se puede observar como a través de la construcción de la identidad organizacional la cual tuvo como base la solidaridad y la ayuda mutua, características propias de la asociatividad, se fue conformando a su vez la puesta en práctica de los principios cooperativos, teniendo como base los valores compartidos, a través de los cuales las cooperativistas se identifican y apropian de la organización.

Podemos entonces considerar que la cooperativa es una forma asociativa donde el factor humano prima sobre el factor capital. La fortaleza de la cultura de la empresa,

donde la identidad es una de sus características más importante, es clara en el esquema de valores ampliamente compartidos y aceptados, que definen y orientan el comportamiento de los cooperativistas, a título individual y colectivo. Es evidente que esos valores y principios cooperativos conforman una identidad, una determinada manera de pensar y actuar, la cual atrae valores que persigue la sociedad, como la democracia, la igualdad, la equidad, la solidaridad. Esto es importante, en la medida en que la organización no puede ser ajena a lo que la sociedad, de la que forma parte, siente, desea, espera.

Así, siendo el propósito de nuestro estudio generar conocimiento sobre la permanencia y sobrevivencia de las cooperativas pequeñas en un ambiente turbulento causado por los cambios sociales, políticos y económicos tanto en nuestro país como a nivel mundial, a través del estudio del papel que juega la identidad individual, grupal y organizacional, es importante la comprensión de los procesos de construcción de la identidad organizacional en la SCMH, objeto de nuestro estudio.

En el esquema 8, tratamos de compendiar este proceso de construcción de identidad organizacional, en el que se muestran las dimensiones que contribuyen a su conformación. Esta construcción se va realizando a través de un proceso organizacional, el cual tiene como cimientos la asociatividad y como pilares las dimensiones de identidad que se fueron construyendo durante las cinco etapas históricas de la SCMH descritas anteriormente.

La solidaridad, la confianza, la ayuda mutua y la cooperación elementos básicos de la asociatividad, a través de las interrelaciones entre las colonas en un principio fueron la base de la acción colectiva de los cooperativistas, una vez institucionalizadas en la SCMH, son los elementos básicos a través de los cuales se fue construyendo la identidad organizacional.

Las dimensiones de la identidad organizacional conforman el todo de la organización. Estas dimensiones que se presentan en el esquema 8, son el conjunto de

características, valores y creencias; las formas de gestión –poder, autoridad, toma de decisiones-; las políticas, reglas, procedimientos establecidos; los modos de interacción entre los miembros de la organización; la producción de discursos y los procesos de socialización de sus miembros que propician la acción colectiva, se encuentran representados en el siguiente esquema.

ESQUEMA 8
CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL



Fuente: Elaboración propia

La identidad organizacional genera y organiza la acción colectiva y la cooperación en la organización y la solidaridad comunitaria genera un efecto positivo sobre la acción colectiva y la cooperación dentro de la organización. Entendemos así a la identidad organizacional como una construcción colectiva de la realidad social de las cooperativistas considerando los vínculos de la solidaridad y la ayuda mutua como un

comportamiento de los individuos dentro de la SCMH, el cual se fue conformando a través de las interacciones inter individuos e inter e intra organizaciones.

3.2.5 Construcción de la Identidad organizacional y el capital social

Las organizaciones cooperativas nacen como opción de la sociedad moderna y, como se mencionó en el capítulo I, se suscriben en torno a la economía social, la cual, como la define Izquierdo (2005), es toda actividad económica basada en la asociación de personas en entidades de grupo democrático y participativo, es decir autogestionarias; pertenecen a este sector diversas entidades con formas de organización social en las que sus formas de organización se fundamentan en la solidaridad, la participación y la colaboración, aspectos básicos del capital social, el cual es más observable en organizaciones donde sus miembros mantienen estrechas interrelaciones.

Coleman (1990) comenta que el capital social es un bien colectivo, el cual está compuesto de valores y actitudes que influyen como las personas se interrelacionan entre sí, incluye confianza, normas de reciprocidad, actitudes y valores que ayudan a las personas a conformar relaciones de cooperación y ayuda mutua (Newton, 1997)

Inicialmente se hablaba de capital social en las comunidades (Coleman, Putnam, 1995), Leana y Van Buren (1999) empiezan a utilizar este término en las organizaciones y así hablan de capital social organizacional, destacan que éste se conforma sobre la base de la asociatividad y la confianza, y lo identifican como un atributo del colectivo, por lo que es la suma de conexiones sociales de los individuos.

Una de las características del capital social es la intensidad de las relaciones interpersonales en los sistemas sociales (Coleman 1988; Fukuyama 1995) (organizaciones), para fines de acciones; contribuyendo de manera significativa en el mejoramiento de la ventaja organizacional, ya que es necesario para el desarrollo y la

difusión del conocimiento en las organizaciones (Nahapiet et Ghoshal, 1998). Asimismo, según Burt (1992), el capital social influye la promoción y evolución de las carreras profesionales. Finalmente, se puede considerar que el capital social es un recurso importante porque los individuos trabajan conjuntamente de manera eficaz y eficiente, cuando se conocen, se comprenden mutuamente, se tienen confianza y se identifican los unos con los otros (Bolino et al. 2002:507). La confianza puede inducir a esfuerzos conjuntos, por esta razón, se ha considerado como un antecedente y un lubricante de la cooperación (Gulati, et.al., 1999).

En el mismo sentido, Leana y Van Buren (1999), señalan la existencia de una relación significativa y positiva entre el capital social y la aptitud de la organización para facilitar el compromiso y la implicación de los empleados para generar la acción colectiva. Cuando hablamos de capital social a nivel organizacional, nos referimos a aquel que se genera en las relaciones formadas por los miembros de una organización para la acción colectiva y se observa a nivel de individuos entre y dentro de las organizaciones, es decir a través de relaciones interpersonales e intraorganizacionales.

La tesis de Burt (1997) apoyada por el artículo más reciente de Bolino (2002) realiza aportaciones al valor contingente del capital social. Es decir, las decisiones de los individuos tienen un impacto fundamental sobre el desarrollo del capital social y los comportamientos de ciudadanía en la organización fundados sobre la honradez, la obediencia y la participación social contribuyen al desarrollo del mismo, y estos a su vez forman parte de la identidad organizacional. Los comportamientos ciudadanos son contingentes al contexto, por ello se habla de la contingencia de los determinantes del capital social. El capital social hace referencia hacia aquellos factores que nos acercan como individuos y a cómo este acercamiento se traduce en oportunidades para la acción colectiva y el bienestar del grupo.

Así, las organizaciones cooperativas cuentan con un diseño organizacional particular, siendo la base de este diseño la participación organizada, es decir, la gestión abierta

y democrática, concepción organizacional en términos de valores, los cuales sirven de orientación continua, motivando el comportamiento y visión de las metas finales hacia las que se dirigen los esfuerzos cooperativos. Valores que deben ser compartidos y transmitidos para generar la acción colectiva, creando compromisos entre los miembros de la cooperativa. Los valores y la participación moldean la identidad organizacional, orientada a asumir compromisos con la organización donde el capital social es un valor colectivo de las interacciones y puede ser considerado para la formulación de políticas de la organización. Se puede decir que el capital social es la capacidad de un colectivo de personas (grupo, organización, comunidad, región) para generar procesos de relación y cooperación que inciden de forma positiva en la eficiencia y la eficacia de las comunidades.

Con base en esto, se puede pensar que la asociatividad influye en la construcción de la identidad organizacional, la cual se construye a través de los comportamientos de los individuos en la organización y que éstos son influenciados por los valores comunitarios de la asociatividad⁹², y del capital social, originándose a su vez una red recíproca de interrelaciones entre la identidad organizacional y el capital social.

Leana y Van Buren (1999), consideran a la asociatividad como el primer componente del capital social organizacional, al que definen como la buena disposición y capacidad de los participantes en una organización para subordinar las metas individuales y acciones asociadas a las metas y acciones del colectivo. Como segundo componente, comentan que está la confianza, a la que consideran un antecedente y un resultado afortunado de la acción colectiva, siendo necesaria para los individuos que trabajan juntos en proyectos comunes. La confianza es también un subproducto de la acción colectiva.

⁹² Leana y Van Buren (1999), consideran a la asociatividad como el primer componente del capital social organizacional, al que definen como la buena disposición y capacidad de los participantes en una organización para subordinar las metas individuales y acciones asociadas a las metas y acciones del colectivo. Como segundo componente comentan que está la confianza, a la que consideran un antecedente y un resultado afortunado de la acción colectiva.

Esta construcción de la identidad organizacional y del capital social y su red de interacciones se pueden observar en el esquema 9.



Así, se puede observar que la transposición de las prácticas de asociatividad - solidaridad, ayuda mutua, confianza y reciprocidad- a la organización, permite a todos los miembros participar en la construcción colectiva de la organización, determinado sus características de identidad, por lo que la asociatividad es un nivel de construcción de la identidad organizacional. Por esta razón, la asociatividad en la organización cooperativa facilitó la interconexión de las relaciones afectivas y reforzó la identidad organizacional. Los componentes de la identidad inducen a las cooperativistas a conocerse y a identificarse través de las relaciones de trabajo sano, en esta perspectiva, las normas sociales compartidas constituyen el fundamento de las relaciones afectivas y de la acción colectiva en la organización, las relaciones

informales dentro de la organización van a influenciar la movilidad y la cooperación transversal.

La confianza es necesaria en las organizaciones donde la membresía es voluntaria, como en la cooperativa, y conjuntamente con la asociatividad se tiene capital social organizacional, siendo la confianza y la asociatividad sus componentes básicos (Leana y Van Buren 1999). El capital social a nivel organizacional son las relaciones formadas por sus miembros para la acción colectiva, a nivel de individuos, entre organizaciones, entre y dentro de unidades y entre y dentro de organizaciones, aspecto estrechamente ligado con las dimensiones de identidad.

A través de diversos estudios⁹³, se han establecido tres dimensiones del capital social (Nahapiet et Ghoshal, 1998), estructural, relacional y cognoscitiva y se reconoce a su vez la alta correlación que existe entre ellas:

- a) La dimensión estructural del capital social se entiende como la totalidad de la conexión entre los actores, es decir a quienes alcanza y cómo los alcanza. El aspecto estructural del capital social necesita de la naturaleza de las relaciones interpersonales.
- b) La dimensional relacional, está caracterizada por altos niveles de confianza, normas compartidas y obligaciones en el sentido de

⁹³ **James Coleman** incorpora el término capital social a las ciencias sociales, identificándolo con la capacidad de las personas para trabajar en grupos, con base en un conjunto de normas y valores compartidos. Para **Norman Uphoff**, el capital social surge de la capacidad del ser humano para pensar y actuar generosamente y realizar acciones cooperativas, lo que supone una cultura y una disposición que puede ser promovida y desarrollada sólo mediante un proceso educativo. Propone desglosar este concepto en lo que él llama las dos categorías interrelacionadas del mismo: 1) la estructural, y b) la cognitiva. **Anirudh Krishna**, menciona que existe el capital social de vinculación o de enlaces de afinidad y está fundamentados en el compañerismo, la afiliación política o ideológica, o en la confianza y el compañerismo que pueda desarrollarse entre colegas o compañeros de trabajo que establecen una categoría horizontal de relaciones que se expresa en sentimientos de confianza, a este le llama capital social relacional.

identificación mutua; concierne a las relaciones afectivas de los empleados a los cuales les gusta trabajar unos con otros, se tienen confianza unos en otros y se identifican el uno con el otro, La atracción interpersonal es un componente clave de la unidad del grupo, los cuales tienden a contribuir en el desempeño del grupo, particularmente en grupos pequeños, los cuales son más flexibles y se adaptan mejor al cambio del entorno. Los individuos con ligas estrechas a menudo se identifican unos a otros o se identifican así mismos en términos de su membresía de (al) grupo.

- c)** La dimensión cognitiva se refiere a esos recursos que proporcionan representaciones, interpretaciones, y sistemas compartidos de significación. Según Nahapiet y Ghoshal (1998), la comprensión mutua entre empleados a través de lenguajes y discursos compartidos ayuda a que pueden resolver serenamente sus problemas, cambiar ideas y colaborar mutuamente compartiendo conocimiento. La dimensión cognitiva también incorpora la visión compartida que permite a los miembros de la organización una forma de interpretar los hechos de manera similar.

Como lo destacan Leana y Van Buren (1999), determinadas dimensiones del capital social pueden ser útiles a varios tipos de organizaciones. Por ejemplo, Nahapiet y Ghoshal (1998) pusieron de manifiesto que el aspecto cognitivo del capital social es sobre todo beneficioso a las empresas de desarrollo de los conocimientos; la existencia del capital social estructural es esencial en las organizaciones que evolucionan en un medio ambiente dinámico caracterizado por la importancia de intercambio de información; mientras que el capital relacional adquiere más importancia en una situación de relaciones de interdependencia entre los empleados. Este tipo de capital social es importante para la cooperativa, ya que las relaciones de interdependencia que se presentan entre los empleados son fuertes. Como se observó durante las etapas de construcción de la identidad organizacional, todas las actividades dentro de la cooperativa se realizan a través del esfuerzo mutuo, es decir

dependen estrechamente las unas de las otras, en caso contrario, difícilmente podrían llevarse a cabo todos los procesos organizacionales.

Las cooperativas se manejan a través de principios cooperativos y uno de los más importantes es el compromiso con la comunidad, aspecto significativo de su identidad organizacional, el cual indica que las cooperativas trabajan para el desarrollo sostenible de la comunidad por medio de políticas aceptadas por sus asociados. Si bien las cooperativas están establecidas en primera instancia para el beneficio de sus miembros, no pueden olvidar que éstos viven en espacios geográficos específicos y en comunidades definidas y que la cooperativa como tal, está íntimamente ligada a su comunidad, esta relación es de tal naturaleza que la cooperativa por su propia acción influye en la comunidad y ésta determina muchas veces la vida misma de la cooperativa y viceversa.

El desarrollo de la comunidad en lo económico, lo social y lo cultural es definitivo para hacer de la cooperativa un instrumento eficiente, por lo que los asociados orientan recursos y esfuerzos para contribuir y colaborar en las acciones y programas tendientes al mejoramiento de las infraestructuras y al desarrollo de sus respectivas comunidades, aspecto al cual todavía no a logrado trascender plenamente la SCMH, pero con su nueva figura de centro de capacitación y formación, cada vez está llegando más a la comunidad, apoyando a las mujeres a poder acceder a algún tipo de trabajo digno.

En nuestro estudio se observa cómo las cooperativistas lograron trasladar los principios de funcionamiento de la asociatividad (ayuda mutua, cooperación) a la organización cooperativa, lo que permitió construir la identidad de la cooperativa, entendida como grupo de identificación de los individuos, que permiten a su vez consolidar el capital social de la organización necesario para consolidar las relaciones interpersonales e intercambiar conocimientos.

Consideramos que es así como se ha logrado conciliar el aspecto utilitario de la organización con el aspecto social, el cual es un referente de las cooperativistas dentro de la organización.

3.3 Mujer, identidad y formas de organización.

Como se mencionó anteriormente, las particularidades con base en las cuales se conforman las cooperativas inciden en sus formas de organización, al ser organizaciones autogestionarias se espera que la toma de decisiones sea colectiva, asimismo el control y la dirección la asume la asamblea general, donde cada hombre (en este caso, mujer) un voto y los remanentes se reparten de acuerdo al trabajo realizado; presentan características propias de las organizaciones premodernas, así como algunas características de las organizaciones modernas flexibles. En el cuadro 52, se muestran las características de la forma de organización de la SCMH.

Con base en los resultados de nuestra investigación, las formas de organización que asume la SCMH, están estrechamente ligadas a las necesidades de las cooperativistas, además de haberse convertido en un espacio en el cual se han organizado en función de los intereses de las mujeres. La mayoría de las mujeres se siente ligada a una doble identidad, la del trabajo y la que gira en torno a la maternidad, es decir, de acuerdo a los estereotipos de género, la mujer al ser la que se encarga de la reproducción es la que se hace cargo del cuidado y educación de los hijos y, por lo tanto, de la casa, por lo que no son extraños los casos en los que las mujeres se ven constreñidas a optar entre el empleo, un empleo que se ejerce en unas condiciones laborales cada vez más exigentes, y la maternidad.

Cuadro 52 Características de la forma de organización de la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L.	
Fundamento	Énfasis en los valores, justificación moral.
Toma de decisiones	Colectiva.
Flexibilidad	Jornadas laborales flexibles y cortas.
Control y dirección	En función de los asociados
Poder de decisión	Está basado en el principio de igualdad, todos los asociados poseen el mismo derecho a opinar y votar.
Remanentes	Se distribuyen de acuerdo al trabajo realizado.
Concepción	Práctica-discurso: La cooperativa como una escuela, como la casa, sentimiento de estar como en familia.
Arreglo estructural	Simbólica-participante.
Estructura	Flexible, horizontal.
Control	Colectivo
Producción	Sectorial
Liderazgo	Comunitario, basado en la solidaridad, la ayuda mutua y la confianza. Moral.
Motivación	Creencia-compromiso-responsabilidad.
Relaciones	Colectivas-democráticas, solidarias.
Recompensas	Simbólicas: autoestima, apoyo, sentimiento de pertenencia.
Objetivos	Capacitación y formación de mujeres.
Valores	Lealtad, compromiso, honestidad, respeto, confianza, solidaridad, compañerismo, armonía, espíritu de servicio.
Interés central	Las cooperativistas
Trabajador	Socios polivalentes
Producto	Útil, de calidad, estético, en cuanto a la producción de artículos. Útil, necesario, satisfactorio, en cuanto a la capacitación y la formación.
Consumo	Sectorial
Control de calidad	Artesanal
Definición de la calidad	Colectivo
Método de control de la calidad	Empírico
Relación	Cooperativista-producto, Cooperativista-aspirante a socia, Cooperativista-comunidad.
Comunicación	Informal, uso del discurso y la metáfora.
Fuente: Elaboración propia	

La mujer con su incorporación al mercado de trabajo pretende un doble objetivo: alcanzar una autonomía propia liberándose de la dependencia económica tradicional con relación a sus maridos o simplemente de sus parejas y reivindicar el reconocimiento de una existencia social pública a través de su presencia en el mercado laboral. Es evidente que la SCMH les permite alcanzar este doble objetivo, al capacitarlas y formarlas, ya sea para que logren ingresar al mercado laboral, dotándolas en algunos casos de conocimiento para poder formar y dirigir sus propios negocios o convirtiéndose en socias de la cooperativa.

Para aquellas mujeres que se asocian con la cooperativa, les ofrece un espacio laboral con formas organizacionales flexibles al cual ellas se puedan adecuar para poder realizar sus funciones sin las tensiones de un empleo con formas de organización rígidas a las cuales ellas tengan que adaptarse creándoles un conflicto entre sus actividades como amas de casa y sus actividades laborales.

Estas formas de organización flexibles provocan que no se pueda tener alta productividad, ya que la producción va de acuerdo a sus tiempos, pero, por el otro lado, les permite realizar su doble actividad. Asimismo, con los horarios flexibles y la multiactividad desarrollan satisfactoriamente las actividades de capacitación y formación, a través de las cuales cumplen con su compromiso hacia la comunidad. Para las cooperativistas es más importante cumplir con el objetivo social de apoyo a las mujeres a través de su formación que lograr una alta productividad e ingresos a través de la producción y comercialización de sus productos, aspecto que es importante pero solo para proporcionarles los ingresos suficientes para mantener económicamente a la cooperativa y a ellas, proporcionarles jornadas laborales flexibles y cortas y prestaciones sociales para desarrollar su actividad de capacitación y formación.

Conclusiones

El estudio realizado en la Sociedad Cooperativa Mujeres para Hoy, S. R. L., nos permitió la comprensión de la importancia de la identidad organizacional en las organizaciones autogestionarias, así como los procesos a través de los cuales se fue construyendo. Pero también nos permitió la comprensión de la problemática organizacional por la que atraviesan, por lo que como primer punto presentamos una reflexión sobre los tres aspectos en los cuales consideramos se centra la problemática de las organizaciones cooperativas. Como segundo punto destacamos los aspectos más relevantes de la investigación.

Aspectos en los que se centra la problemática organizacional por la que atraviesan las cooperativas.

1. Gobierno

En México las cooperativas no cuentan con una Ley que les permita fortalecerse ni crecer en el actual ambiente de economía liberal que se vive, las cooperativas de producción sin este apoyo difícilmente consiguen nichos de mercado pues tienen que competir, principalmente, con los productos subsidiados nacionales e internacionales. Razón por lo cual es necesario que el gobierno diseñe estrategias de fortalecimiento para que estas cooperativas puedan ser competitivas, así como una legislación que en lugar de crear desventajas, como es el caso de las Leyes que las rigen actualmente, las ayuden a su fortalecimiento.

El Gobierno Federal con la preferencia a la promoción de changarros, poco apoyan a las cooperativas, aún cuando la Comisión Legislativa de la Cámara de Diputados, reconoce que las cooperativas son una alternativa viable para el empleo, especialmente en comunidades marginadas⁹⁴.

⁹⁴ Fuente: Sección “La Jornada en la economía”, Suplemento semanal # 68, del 1º de agosto de 2005

En el caso del Distrito Federal, el gobierno creó la Ley de Fomento Cooperativo para el Distrito Federal⁹⁵, en la cual en el artículo 1 marca:

“Objeto de la Ley. La presente Ley es de orden público e interés social y tiene por objeto el establecimiento, la regulación y la coordinación de políticas, programas y acciones de fomento cooperativo para el desarrollo económico del Distrito Federal, sin perjuicio de los programas, estímulos y acciones que a nivel federal se establezcan para el mismo fin” .

Por Otra parte, es importante remarcar que en el artículo 2 de la citada Ley se determina en qué consiste el fomento cooperativo, en el cual se destacan los siguientes puntos:

- I. *El Gobierno del Distrito Federal procurara proveerse de los bienes y servicios que produzcan las sociedades cooperativas, siempre y cuando cumplan con lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones del Distrito Federal.*
- II. *Acceso a estímulos e incentivos para la integración de las Sociedades Cooperativas, entre otras acciones, mediante apoyos fiscales y de simplificación administrativa;*
- III. *Fortalecer entre la población la comercialización, consumo y disfrute de los bienes y servicios producidos por las cooperativas.*

Como se observa en el enunciado, con esta ley de fomento se busca que las cooperativas, como parte de la economía de nuestro país, contribuyan a hacer menos intenso el problema de desempleo y que sean una solución para la población afectada por las crisis económicas que se viven actualmente. Sin embargo esto no es suficiente, ya que es necesario que se legisle en este sentido a nivel federal, pues desde el aspecto legislativo, lo más sentido entre las cooperativas es el tratamiento

⁹⁵ Publicada en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 20 de enero de 2006

que se les da como empresas mercantiles, por lo que la ley debe preservar y no violentar su carácter social y solidario. (Rojas, 2003)

Otro problema fundamental es la falta de objetividad en el control de las estadísticas oficiales, pues las cifras que se presentan en los organismos oficiales no parecen tener una base sólida y presentan una serie de discrepancias entre periodo y periodo. No existe un censo del número de cooperativas que desarrollan actividades productivas, su contribución al empleo y su crecimiento. La Confederación Nacional Cooperativa tiene registradas 5,000 cooperativas, la Comisión de Fomento Cooperativo y Economía Social de la Cámara de diputados asegura que podrían ser 13,000 cooperativas, la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), encargada legalmente del control de las cooperativas no tiene información precisa⁹⁶, por lo cual es urgente e importante que el gobierno designe a un solo organismo ante el cual se tramite la constitución y lleve el control de las cooperativas en el país.

2. Desde la perspectiva del análisis organizacional

- a. Poca presencia del análisis de la cultura corporativa en las organizaciones cooperativas.
- b. La visión social de los líderes de las cooperativas que se transforman en patrón y que con el afán de conseguir mejores rendimientos conducen a las cooperativas a actuar como empresas mercantiles. Como ejemplo de esto podemos mencionar el caso de Excelsior, que por una mala gestión de su líder terminó desapareciendo como cooperativa, convirtiéndose en una empresa mercantil. En el mismo sentido, se pueden mencionar las entrevistas concedidas a Proceso⁹⁷ de algunos cooperativistas que comentan el camino que está tomando la Cooperativa Cruz Azul en manos de su actual dirigente Guillermo Álvarez Cuevas, quien está en el cargo desde 1988:

⁹⁶ Sección: La Jornada en la economía, Suplemento semanal # 68, del 1º de agosto de 2005

⁹⁷ Maquina enlodada, Raúl Ochoa y Héctor Huerta/apro. www.proceso.com.mx, jueves 03 de agosto de 2006.

“Observo con absoluto asombro y preocupación el advenimiento de los tiempos de sociedades anónimas de capital variable en una cooperativa que nació con otros fines, (Comentarios de Joel Luis Becerril)

No entiendo cómo los cooperativistas pudieron aprobar en 1998 el llamado “desarrollo horizontal” de las empresas, al cambiar el cooperativismo original por el de las sociedades mercantiles.” (Comentarios de Joel Luis Becerril)

Dice un viejo cooperativista: “Nos explicaron que sólo creando sociedades anónimas podríamos cotizar en la bolsa para poder competir con los otros emporios fabricantes de cemento”.

Criticaron que “Billy” Álvarez llegue a la Ciudad Cooperativa “...en un helicóptero rentado, que nomás por levantarse nos cuesta de 25 a 50 mil pesos por hora”. (Proceso, 2006)

Los comentarios anteriores nos muestran cómo una gestión basada en principios diferentes a los de las cooperativas, cambian el objetivo de las mismas y provocan en los cooperativistas contradicciones, lo cual no permite el establecimiento de valores compartidos que los identifiquen plenamente con sus organizaciones.

- c.** Otro problema sustantivo que deben enfrentar las cooperativas de producción y artesanales, es la escasez de mercado y de promoción para la adecuada comercialización de sus productos, ya que en algunos casos los mercados se encuentran acaparados por grandes corporaciones o cadenas comerciales que les limitan la venta de sus productos. Para la SCMH, este es un problema que no han podido resolver, razón por la cual realizan la venta de sus productos en los mercados solidarios y tianguis del Distrito Federal, así como clínicas y hospitales de maternidad, pero estas ventas son al menudeo, no realizan ninguna venta al mayoreo.

Igualmente, se enfrentan a la escasez de crédito o financiamiento, que les permitan recapitalizar sus unidades productivas e invertir en infraestructura. Situación que se puede contrarrestar con las leyes de fomento cooperativo, como es el caso de la Ley de Fomento Cooperativo del Distrito federal, citada en el primer punto.

- d. Sin embargo , las grandes cooperativas, como el caso de Cruz Azul y Pascual Boing, para poder penetrar en los mercados internacionales, están obligadas a desarrollar una gestión organizacional con un esquema de libre mercado, el cual no considera sus principios y valores y su progreso en el ámbito del desarrollo humano, es decir, tienen que adecuar su gestión a las necesidades de expansión de la organización, ya que de otra forma difícilmente se pueden posesionar de los mercados extranjeros, donde predominan los tratados de libre comercio y la apertura comercial, aún cuando van en contra de algunos principios de la cooperación, lo cual es más fácil de controlar en las pequeñas organizaciones, donde su entorno es más local y no necesariamente necesitan adecuarse a las políticas económicas neoliberales.
- e. Las cooperativas entonces, se ven demandadas a articular estrategias centradas en la rentabilidad, competitividad, calidad, servicio y productividad, aspectos básicos en una economía de mercado, contraponiendo el modelo cooperativista de preferir las necesidades del ser humano a las del capital, por lo que se enfrentan situaciones de contradicciones de identidad organizacional.
- f. En general las cooperativas, pero principalmente las micro y pequeñas cooperativas, presentan una desprofesionalización de los cooperativistas en sus puestos, En parte debido a cierta desatención o incapacidad en crear sistemas administrativos que mejoren el desempeño de la organización.

Pero también se puede observar que cuando una organización crece se presenta el problema de una buena gestión que sea capaz de enfrentar positivamente los cambios que se dan con el crecimiento y es en estos casos cuando al interior de estas organizaciones, por la falta de profesionalización de los socios, se tiene que contratar profesionales externos, los cuales no necesariamente están comprometidos con este tipo de organizaciones, no tienen interiorizados los valores y los principios propios del cooperativismo y es cuando se dan fuertes contradicciones entre su gestión y la gestión cooperativa, empezando estas organizaciones a girar hacia objetivos distintos a los cuales , o para los cuales, fue creada.

- g.** Las organizaciones cooperativas, al estar insertadas en una economía de libre mercado presentan una dualidad en su forma de organización, ya que al interior de la cooperativa prevalecen las relaciones cooperativas y se hacen extensivas a su comunidad, pero también se establecen relaciones de carácter general con el entorno económico, jurídico y legal. Razón por la cual es deseable que sea cuidadosa para que la cooperativa conserve su rumbo, ya que si las acciones son en detrimento del asociado, este ya no se siente parte de la organización por lo cual se rompe el vínculo común, el vínculo asociativo, la cohesión social que requiere una obra colectiva, que es la base de la cooperación.
- h.** Así vemos que la baja participación de los asociados en la vida de estas cooperativas favorece la generación de administraciones incontroladas y el surgimiento de tendencias especulativas al interior de estas organizaciones que distorsionan su finalidad.

3. Comunidad

Como se mencionó en el apartado anterior, algunas organizaciones cooperativas, principalmente en el área rural fracasaron ya que no lograron vincularse con la comunidad, si consideramos que una parte de la organización cooperativa a través de sus miembros está vinculada con la comunidad, lo que significa que lo que es bueno para la comunidad es bueno para la cooperativa y viceversa, por lo que pensamos que las organizaciones cooperativas son uno de los pocos instrumentos organizacionales alternativos con los que cuenta el modelo económico actual para el desarrollo de las comunidades, principalmente en Latinoamérica.

La gestión cooperativa no es solo un aspecto técnico ni un modelo eficiente de gestión, sino un espacio que promueva la participación en la vida de la comunidad e influir en ella, creando condiciones dignas de convivencia y mediante la cohesión social dotar a los ciudadanos imposibilitados en construir iniciativas privadas individuales, teniendo así la posibilidad de crear opciones grupales asociativas.

Si consideramos que la cooperativa se encuentra inmersa en una comunidad con características socioculturales específicas, el compromiso de la cooperativa es identificar las necesidades reales de esa comunidad para que sus objetivos sean compatibles. Las cooperativas que han obtenido resultados positivos son aquellas que manejaron estratégicamente una segmentación del mercado o regionalizaron sus actividades. Esta estrategia origina un fuerte arraigo en la comunidad constitutiva de la base social y, por lo tanto, crea sentido de pertenencia, confianza y un sentimiento de seguridad que es fundamental en momentos difíciles⁹⁸.

Es en lo local donde los problemas se concentran, encontramos problemas de vivienda, trabajo, transporte, de consumo, de escolaridad, de servicios públicos –luz, agua, caminos-, etc. y a través de las cooperativas se contribuye a la solución a este

⁹⁸ COLAC, (Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito) (s/f), *Éxito en las Cooperativas de Ahorro y Crédito. Un estado posible*.

tipo de problemas básicos de la comunidad, que están en el nivel local. Un ejemplo del impacto que pueden ejercer las cooperativas en la comunidad donde están insertadas es la Cooperativa Cruz Azul, es una fuente de desarrollo y progreso el cual ha hecho extensivo a las regiones donde se ubican sus plantas, más de 5,000 familias dependen de este núcleo y los servicios sociales que prestan la cooperativas a sus miembros se les hacen extensivos a sus familias.

Ejemplos como este lo podemos observar en otros lugares, si miramos hacia Latinoamérica, donde se observan los siguientes ejemplos de cooperativas que influyen en el desarrollo local⁹⁹:

- a. Las Ferias de Consumo de Lara, un estado venezolano. Su capital es Barquisimeto y allí 50,000 familias compran sus vegetales, sus hortalizas semanalmente, gracias a este mercado cooperativo, autogestionario, con redes locales con alta eficiencia de aprovisionamiento de esas hortalizas y de los víveres que también se venden allí, produce un fuerte impacto en el proceso alimenticio de los miembros de la comunidad. La capacidad de trabajo que tienen los cooperativistas de Lara, deja muchas enseñanzas en torno a cómo es posible que un movimiento cooperativo tenga impacto en una región, en una localidad.
- b. También está el ejemplo de la Villa de El Salvador en Perú, que es una experiencia comunitaria, donde hay cooperativas en su interior. En un espacio baldío se establece esta comunidad rigiéndose por la autogestión, a través de un organismo llamado CUAVES (Comunidad Urbana Autogestionaria de la Villa de El Salvador), siendo un ejemplo de capital social permanente.

⁹⁹ Análisis del Modelo Cooperativo en el Nuevo Escenario Económico. Alianza Cooperativa Internacional (ACI), Confederación de Cooperativas del Caribe y Centroamérica (CCC-CA), Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito (COLAC), Con el auspicio del Centro Cooperativo Sueco (SCC), 2004

- c. En España, la Cooperativa Mondragón, la cual se establece en el periodo de Franco, es una cooperativa que ha logrado un gran desarrollo de la comunidad Vasca.
- d. La Cooperativa Desjardins, en Québec, Canadá, siendo la organización de crédito y ahorro más importante en ese país, donde 5.8 millones de ciudadanos forman parte de esta cooperativa (siendo una población de 7.2 millones de habitantes en Québec), lo que representa una participación de casi el 70%, dando una respuesta positiva local a un problema nacional de crédito y ahorro.
- e. Otro ejemplo interesante del papel que juegan las cooperativas lo podemos encontrar en los Kibutz en Israel, donde apenas el 3% de la población israelita, producía casi el 50% de la producción agrícola total, lo cual nos muestra como las organizaciones cooperativas pueden contribuir en el desarrollo local.

Además de representar una opción para el fortalecimiento de la economía de los países, a través de impulsar la producción y el empleo, las cooperativas se pueden constituir como una opción gubernamental para fomentar el bienestar social de su comunidad al buscar formas idóneas para satisfacer sus necesidades y procurar su desarrollo.

Podemos resumir que las organizaciones cooperativas pueden ser espacios que promueven la democracia, la igualdad, la responsabilidad social, la solidaridad y los valores que las caracterizan; por la práctica que se vive en ellas se adquiere un concepto claro de cómo es la democracia, cómo se ejerce, cómo es la igualdad y cómo se vive la responsabilidad social. Lo cual es un aporte importante desde un punto de vista de lo que pueden facilitar las cooperativas al Estado, como ciudadanos concientes de sus deberes y derechos¹⁰⁰.

¹⁰⁰ Ídem. pp.:53-54

Es en este contexto que destaca la relevancia del estudio de estas formas de organización que, aunque han sufrido una serie de limitaciones tanto legales como políticas; constituyen por sí mismas una forma emergente de organización con un amplio sentido social y constituyen una alternativa para sectores sociales tradicionalmente marginados, como por ejemplo mujeres, minorías étnicas y desempleados, entre otros, participando así en el desarrollo local y regional.

Las cooperativas presentan formas de organización que expresan sus principios y valores fundamentales, creando simultáneamente diseños de estructuras y estructuraciones organizacionales más horizontales, menos impersonales, más humanas y humanizantes.

En las organizaciones autogestionarias la participación es básica, es decir, forma parte de su propia definición como organización social, aunque son pocas las que realmente lo ponen en práctica. En la SCMH, se observa cómo a través de la participación logran la acción colectiva, teniendo como resultado un fuerte sentido de pertenencia ya que perciben la cooperativa como algo propio, por lo que se puede considerar a la cooperativa como una herramienta que favorece la implicación o compromiso con la organización.

Las empresas posmodernas consideran la orientación a la persona, desde una perspectiva interna, como uno de los rasgos de las organizaciones excelentes, por lo que puede considerarse que la cooperativa cumple con esa condición, al tratarse de una forma asociativa acentuadamente personalista, en la que el factor humano prima sobre el factor capital.

Sin embargo, estas formas de organización no están a salvo de algunas limitaciones, a través de diversos estudios que se han realizado sobre las cooperativas, se ha visto que son pocas las que realmente han logrado integrar a sus organizaciones y miembros los valores y principios cooperativos, lo cual ha tenido como resultado que

funcionen más como organizaciones mercantiles que como sociales y, en algunos casos, esto ha tenido como consecuencia que los cooperativistas más que socios sean empleados de los dirigentes; en otros casos, ha llevado a su disolución cuando los cooperativistas no se identifican con la organización porque realmente no forman parte de ella. Por lo que no basta que haya principios, elaborados y aprobados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), se trata de que esos principios y los valores que los conforman, se vivan en la cooperativa y, para lograrlo, es importante que los objetivos de la organización sean elaborados y aprobados por todos los miembros de la organización, es decir que sean compartidos. Los valores organizacionales de la SCMH, son del tipo de los que E. Scout (2002) considera como importantes para la supervivencia y florecimiento de la organización, ya que son los que han permitido a la cooperativa irse adaptando a los cambios que le impone el contexto económico y legal en el cual se encuentra inmersa.

Con respecto a los resultados de nuestro estudio, se observa que la identidad organizacional de la SCMH se fue construyendo a través de la formación y consolidación de la cooperativa, las dimensiones de identidad que se identificaron durante su proceso organizacional, se consideran como centrales y distintivas y en la mayoría de los casos perdurables, las cuales se fueron formando a través de su historia.

Algunas características de identidad, como la fidelidad, la cual se encuentra en la dimensión lealtad organizacional, aparece inicialmente como un rasgo poco definido, pero a través del tiempo se fue institucionalizando hasta convertirse en una característica central. De la misma forma, la dimensión vocación tutorial, de ser una dimensión distintiva, va registrando cambios sustantivos a través de las diferentes etapas de organización, hasta convertirse, además, en central.

Otras dimensiones han mantenido una dinámica de continuidad, aspecto que se observa en la dimensión de normas sociales compartidas, donde la característica de relaciones afectivas se presenta desde la etapa previa a la formalización de la

cooperativa hasta la etapa en la que la cooperativa se formaliza como centro de capacitación y formación de mujeres. En este punto es interesante cómo la cooperativa tuvo que transformarse para sobrevivir, este cambio no afectó sus rasgos identitarios, sino por el contrario, a través de éste, la cooperativa se consolida como una organización cuyo objetivo es brindar apoyo a las mujeres de la comunidad. El capital social que se formó en la cooperativa le permitió lograr el cambio sin que se presentaran conflictos, debido a las interrelaciones entre las cooperativistas basadas en la confianza así como en la identificación de los rasgos comunes que fundamentan su pertenencia a la organización.

Como muestra el estudio, cada dimensión de identidad presenta una trayectoria particular, de acuerdo a los momentos que se vivían en la cooperativa, por lo cual se puede considerar que la construcción de la identidad organizacional, se realizó a través de procesos de construcción-reconstrucción de las características de identidad, sin que perdiera sus objetivos centrales, es decir su esencia.

En la SCMH ha prevalecido su identidad como empresa social, el aspecto mercantil solo ha sido un medio para conseguir su objetivo como un lugar de formación y capacitación de mujeres, apoyándose en la producción como medio de obtener recursos para lograr su fin. Algunos autores consideran a las cooperativas como organizaciones con identidad dual, donde convergen los aspectos sociales y mercantiles, pero considerando que son organizaciones sociales, lo que debe pernear es lo social, sin embargo cuando no se tiene claros los objetivos de estas organizaciones, la misma actividad organizacional las puede ir conduciendo a prevalecer lo económico, empezando así a conducirse paulatinamente como una organización mercantil y cuando aparece alguna crisis es cuando se dan cuenta del cambio encubierto que se ha venido gestando. Teniendo como consecuencia en la mayoría de los casos que la cooperativa se convierta en una empresa mercantil. La SCMH nace de un proyecto de 50 cooperativas, con la formación de éstas, se pretendía solucionar el desempleo de las costureras, originado por el sismo de 1985, cuando las fábricas o talleres en los que laboraban se destruyeron. Este proyecto

permite dar solución al desempleo por un corto tiempo, ya que la mayoría no lograron consolidarse como organización social, sino que en la mayoría de los casos empiezan a funcionar como talleres, donde las dirigentes se convirtieron en patronas. Ante esta situación, se van desencadenando diversos tipos de crisis al interior de éstas, que las fue conduciendo a cerrarse. Después de casi veinte años de iniciado este proyecto, solo sobreviven dos cooperativas, una de ellas en los últimos tiempos se maneja como empresa mercantil, en la cual en lugar de ir sumándose socias o aspirantes a socias, han ido contratando empleadas, cabe hacer mención que esta cooperativa ha tenido éxito económico, ya que han logrado ingresos altos que se han convertido en ganancias para las fundadoras, no así para el resto de miembros de la cooperativa cuyo papel es solo de empleadas, trabajando a destajo. Su objetivo social se perdió. Esta cooperativa maneja una identidad dual, donde privilegia lo mercantil y ya no cumple con el fin para el cual son constituidas las organizaciones cooperativas. La otra cooperativa es la SCMH, donde se puede considerar que es una organización que solo a logrado permanecer, ya que los ingresos que obtienen solo les permite un ingreso mínimo para el mantenimiento del local y del equipo de producción y los remanentes necesarios para obtener ingresos sobre el trabajo realizado. La SCMH a pesar de tener una identidad dual, el aspecto mercantil solo ha sido un medio para poder cumplir con los objetivos sociales para los cuales fue creada.

La identidad organizacional y el capital social, como parte de la cultura organizacional de la SCMH, se muestran como elementos claves para la estabilidad y/o sobrevivencia de las organizaciones autogestionarias, ya que las interrelaciones personales le han permitido a la SCMH, fortalecer su identidad.

Como conclusiones finales

BIBLIOGRAFÍA

- Abravanel, Harry (1992). **“Cultura organizacional y autoridad simbólica”**, en H. Abravanel (coord.), Cultura Organizacional, LEGIS, Bogotá, Colombia.
- Albert, S., y Whetten, D. A. (1985). **“Organizational Identity”**. In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), Research in organizational behavior (Vol. 7, pp. 263-295). Greenwich, CT: JAI.
- Albert, Stuart, Blake Ashforth and Jane Dutton (2000). **“Organizational identity as identification: charting new waters and building new bridges”**. Academy of Management Review, 25 (1): 13-17.
- Alianza Cooperativa Internacional (2004) ACI
- Alianza Cooperativa Internacional (2004) ACI, Taller.
- Allaire, Yvan y M. Firsirotu (1992). **“Teorías sobre la cultura organizacional”**, en H. Abravanel (coord.), Cultura Organizacional, LEGIS, Bogotá, Colombia.
- Alvesson, Mats (1993). **“Cultural perspectives on Organizations”**, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 46-73
- Aníbarro, Z. Jorge (1955) **Tesis: “El cooperativismo y el mejoramiento de las Comunidades indígenas de Bolivia”**, Centro Regional de Educación Fundamental para la América Latina, Pátzcuaro, Mich., México.
- Anzola (2004) “Pequeñas empresas”
- Aranzandi, Dionisio (1976). **“Cooperativismo industrial como sistema, empresa y experiencia”**, Ed. Universidad de Deusto, Bilbao.
- Barba Álvarez, Antonio (2000). **“Cambio organizacional y cambio en los paradigmas de la Administración”**. Revista Iztapalapa No. 48. UAM. Enero a junio. PP. 11-34.
- Barba Álvarez, Antonio (2002). **“Calidad y cambio organizacional: ambigüedad, fragmentación e identidad, el caso del LAPEM de CFE”**. Ed. UAMI y CFE, México.

- Barba Álvarez, Antonio y Pedro C. Solís Pérez (1997). **“Cultura en las Organizaciones. Enfoques y Metáforas de los Estudios Organizacionales”**, Vertiente Editorial, México.
- Barnard, Chester (1968). **“The functions of the executive”**. Ed. Harvard University press. Cambridge.
- Berger Peter L. Y Thomas Luckmann (1996), **“La construcción social de la realidad”** Amorrortu, Editores. Argentina
- Bolino, M. C., Turnley, W. H. y Bloodgood, J. M. (2002). **“Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations”**. Academy of Management Review, vol.27, n°4, p. 505-522.
- Bolívar Antonio y Jesús Domingo (2006). **“La investigación biográfica y narrativa en iberoamérica: Campos de desarrollo y estado actual”**. Forum: Qualitative Social Research. [On-line Journal] 7(4), Art. 12. Disponible en: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/4-06/06-4-12-s.htm> [Fecha de acceso: 19-10-2006]
- Boulding, K. E. (1989), **“Three Faces of Power, Newbury Park”**, C.A. Saga Publications.
- Bourdieu, Pierre (2001), **“Langage et pouvoir symbolique”**, Fayars, París, pp 67-98
- Brown, Andrew D. (2001), **“Organization studies and identity”**: Towards a research agenda.
- Bruner, Jerome (1995) **“The culture of education”**, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, pp. 130-149
- Burt, R. S. (1992). **“Structural holes: The structure of social capital competition”**. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Burt, R. S. (1997). **“The contingent value of social capital”**. Administrative Science Quarterly, vol.42, p. 339-365.
- Capriotti, Paul (1999), **“Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa”**, Ariel Comunicación, 1ª edición, Pág. 256, Madrid
- Centro de estudios Sociales y de Opinión Pública (2006) CESOP.
- Chihu Amparán, Aquiles (2002). **“Introducción”**, en Sociología de la identidad. Chihu Amparán, Aquiles (Cord.) Miguel Ángel Porrúa y UAM-Iztapalapa, México, pp. 5-33

- Cicourel, Aarón Víctor (1982). **“La medida y las matemáticas”**, en el Método y la Medida en Sociología, Editora Nacional, Madrid, pp.:31-67
- Coleman, James S. (1988), **“Social capital in the creation capital”**. American Journal of Sociology, vol. 94, pp. 95-120.
- Coriat, Benjamín (1982), **“El Taller y el Cronómetro: Ensayo sobre el Taylorismo, el Fordismo y la Producción en Masa”**, Siglo XXI Editores, México
- Czarniawska, Barbara (2004). **“Narratives in social science research”**. SAGE. London.
- Delgado, Juan Manuel y Juan Gutiérrez (1995) **“Teoría de la Observación”**, en Métodos y Técnicas Cualitativas de investigación en Ciencias Sociales. Síntesis, Madrid, España, pp. 141-173
- DiMaggio, Paul J. y Walter W. Powell (1999). **“Retorno a la jaula de hierro. El isomorfismo institucional y la racionalidad colectiva en los campos organizacionales”**, en Powell, Walter W. Y Paul J. DiMaggio (Comps.), El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional. Fondo de Cultura Económica, México, pp. 104-125
- Dolan, Simón L, y Salvador García (1999). **“La gestion par valeurs. Une nouvelle culture pour les organisations”**, Editions Nouvelles, Montreal, Canada.
- Eco, Humberto (1978), **“Tratado de semiótica general”**, Nueva Imagen, México, pp. 57-66, traducción de Giménez Montiel, Gilberto (2000), La teoría y el análisis de la Cultura. Programa Nacional de Formación de Profesores Universitarios en Ciencias Sociales, SEP, Universidad de Guadalajara y COMECOSO, México, pp. 235-240
- Ekelund, Robert B. (1992), **“Historia de la Teoría Económica y de su método”**. 3ª Edición, McGraw-Hill, México, 731p.
- El Instituto Nacional de la Mujer (2003). **“Mujer y Trabajo I”**. INMUJER, México.
- Etkin, Jorge y Leonardo Schvarstein (1989), **“Identidad de las organizaciones. Invariancia y cambio”**, Paidós, Buenos Aires, Argentina. 331p.
- Fernández, Ana, Cecilia Loría y María de Lourdes Valenzuela (1991), **“Para nacer de nuevo”**, Grupo de Educación Popular con Mujeres (GEM), México
- Fukuyama, Francis (1995), Fukuyama, F. (1995). **“Trus: The social virtues and creation of prosperity”**. New York: Free Press.

- Gagliardi, Pasquale (1990), (Ed.) **“Symbolism and Artifacts: Views of the Corporate Landscape”**, Walter de Gruyter, New York
- Geertz, Clifford (1973), **“The interpretation of cultures”**, New York, Basic Books, Inc., (Fragmento del capítulo 4), Traducción de Gilberto Giménez (2000), La teoría y el análisis de la Cultura. Programa Nacional de Formación de Profesores Universitarios en Ciencias Sociales, SEP, Universidad de Guadalajara y COMECOSO, México, pp. 249-251
- Gergen, Kenneth J. y Tojo Joseph Thatchekery (1996) **“Organization science as social construction: Postmodern potentials”**, en The journal of Applied Behavioral Science, 32/4, pp. 356-377
- Giménez Montiel, Gilberto (2000), **“La teoría y el análisis de la Cultura”**. Programa Nacional de Formación de Profesores Universitarios en Ciencias Sociales, SEP, Universidad de Guadalajara y COMECOSO, México.
- Giménez Montiel, Gilberto (2003), **“Paradigmas de identidad”**, en Sociología de la Identidad, Chihu Amparán, Aquiles (Coord.) Miguel Ángel Porrúa y UAM-Iztapalapa, México, pp. 35-62
- Gioia, Dennis A., Majken Schutz and Kevin G. Corley (2000). **“Organizational identity image and adaptive instability”**. Academy of Management Review, 25(1):63-81
- González Marín, María Luisa (1998). (Coord.) **“Los mercados de trabajo femenino. Tendencias recientes”**. Colección Jesús Silva Herzog, UNAM, ICES, INMUJER. México.
- Goodstein, Leonard D, Timothy M. Nolan y J. William Pfeiffer (1997), **“Planeación Estratégica Aplicada”**, McGraw Hill, México
- Grupo de educación popular con mujeres (GEM) (1992), **“Las cooperativas. Breves historias: Mujeres para Hoy”**, GEM, México
- Guadarrama Olivera, Rocío (Coord.) (1998). **“Cultura y trabajo en México. Estereotipos, prácticas y representaciones”**, Juan Pablo Editor, UAM-Iztapalapa y Fundación Friedrich Ebert, México
- Guiddens, Anthony (1992). **“Sociología”**, Alianza Universidad Textos, México
- Gulati, R y H. Singh. (1999). **“The architecture of cooperation: Managing coordination costs appropriation concerns in strategic alliances”**. Administrative Science Quarterly, 43: 781-814
- Gusdorf, Georges (1971). **“La parole”**, Presses Univeritaires de Frances, París, pp. 49-61

- Hall, Richard H. (1996). **“Organizaciones: Estructuras, Procesos y Resultados”**. Ed. Prentice Hall, Sexta edición, México.
- Hatch, Mary Jo y Majken Schultz (2004). **“Organizational Identity. A reader”**. Oxford University Press Inc., New York, USA.
- Heydebrand, Wolf V. (1989). **“New Organizational Forms”**, en *Work and Occupations*, 16/3, pp. 323-357
- Humphreys, Michael y Andrew Brown (2002). **“Narratives of organizational identity and identification: a case study of hegemony and resistance”**. *Organizational Studies*, 23 (3): 421-448.
- Inostroza, Fernández, Luis (1989). **“Movimiento cooperativista internacional. Cooperativismo y sector social en México”**, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2006)
- International Co-operative Alliance, Americas (2006). **“Famous Co-op people through the ages”**. En International Co-operative Information Center, en WWW.ica.coop.com, en enero de 2006.
- Izquierdo Albert, Consuelo E. (2005). **“El cooperativismo una alternativa de desarrollo a la globalización neoliberal para América Latina: una visión desde la identidad cooperativa”**. EUMED.NET, referencia: 05/90111.
- Krishna, Anirudh (2000). **“Creating and Hornessing Social Capital en Social Capital, A Multifaceted Perspective”**, Partha Dasguspta e Ismael Serageldin, Washington, D.C., The International Bank of Reconstruction and Development, The World Bank, Washington D.C.
- Latour, Bruno y Steve Woolgar (1979). **“La vida en el laboratorio. La construcción de los hechos científicos”**, Alianza Universidad, Madrid España, capítulo 1 y 2, pp: 21-104
- Leana, C. R., and Van Buren, H. J. (1999). **“Organizational social capital and employment practices”**. *Academy of Management Review*, vol.24, p. 538-555.
- Levi-Strass, Claude (1979). **“Antropología estructural”**, Siglo XXI editores, México, pp. 4-16, traducción de Giménez Montiel, Gilberto (2000), La teoría y el análisis de la Cultura. Programa Nacional de Formación de Profesores Universitarios en Ciencias Sociales, SEP, Universidad de Guadalajara y COMECOSO, México, pp. 231.233

- Ley General de Sociedades Cooperativas (1994)
- Ley General de Sociedades Cooperativas (2004)
- Lezami, Mikel (2004). **“Breve historia del cooperativismo”**. Textos básicos de Otalara, Madrid.
- Lin, N. (2001). **“Social capital: A theory of social structure and action”**. New York, Cambridge University Press.
- Luna Arroyo, Antonio (1977). **“Las cooperativas en algunos países socialistas”**, en Monografías Agrarias. Academia del Derecho Agrario, México
- Marcote, Stefanía (2000). **“El Rol de las Mujeres en la Empresa Cooperativa”**, Ponencia en Seminario Internacional sobre Cooperativas, La Habana 3-5 febrero 2000, <http://www.neticoop.org.uy/documentos/dc0160.html> del 27-02-2005.
- Martin Fors, Daylene (2002). **“Los valores en el centro de la cultura organizacional”**. Centro de Estudio de Técnicas de Dirección. La Habana, Cuba
- Martin Joanne (1992). **“Cultures in Organizations, Three Perspectives”**, Oxford University Press, U.S.A.
- Mayo, Elton (1945), **“The social problems of an Industrial Civilization”**, Cambridge, Mass; Harvard University Press.
- Mayo, Elton (1972), **“Problemas Humanos de una civilización industrial”**. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, Argentina.
- Mintzberg, Henry y James Brian Quinn (1993). **“El proceso estratégico. Conceptos, contextos y casos”**. Prentice Hall, 2ª Edición, México.
- Montoya Flores, María Teresa (2004). **“Identidad organizacional en una Cooperativa de mujeres”** Revista Iztapalapa No. 56, UAM, México
- Monzón Campos, José Luis (2003). **“El cooperativismo en la historia de la literatura económica”**, CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa, nº 44, pp. 39-54.
- Murillo Estepa, Paulino y Mariana Altopiedi (2006). **“Los procesos institucionales de mejora escolar desde la perspectiva del enfoque narrativo”**. Forum: Qualitative Social Research. [On-line Journal] 7(4), Art. 14. Disponible en: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/4-06/06-4-14-s.htm>. [Fecha de acceso: 19-10-2006]

- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998). **“Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage”**. Academy of Management Review, vol.23, pp. 242-266.
- Newton, Kenneth (1997). **“Social Capital and Democracy”**. American Behavioral Scientist. Marzo-abril. Pp. 575-586.
- Nisbet, Robert (1968), , **“Cooperation”**, en International Encyclopedia of the Social Sciences, Collier-Macmillan, London, p385
- Nkomo, Stella y Taylor Cox Jr. (1996), **“Diverse identities in organizations”**, en Clegg, Cynthia Hardy, Walter R. Nord (eds.), Handbook of Organization Studies, SAGE, London, pp. 338-355
- Olvera López, Adriana (2001). **“El Sistema Cooperativo Industrial Mexicano, Una Revisión Histórica 1929-1958”**. Tesis doctoral. Facultad de Economía. UNAM.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT), (2005). **“Creación de un clima positivo y condiciones favorables para el desarrollo cooperativo en América Latina”**, Investigación en desarrollo cooperativo, Instituto de Promoción de la Economía Social IPES, Ginebra, Junio.
- Pérez Valencia, Gonzalo (1995). **“Mutualismo y Economía Social”**, Ed. Santa Clara, Medellín.
- Perrow, Charles (1991). **“Sociología de las organizaciones”**, Ed. McGraw Hill, Tercera edición, Madrid.
- Potter, Jonathan (1996). **“La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social”**, Capítulos 4, 5 y 6, Piados, Barcelona, España, pp.: 129-244.
- Pousadas, Teresa Haydée (2003). **“Género y cooperativas. La participación femenina desde un enfoque de género”**. Parte 2. Departamento de Cooperativismo. Cuaderno de Trabajo N° 19, abril de 2003.
- Prieto, Carlos (UCM) (1999). **“Los estudios sobre mujer, trabajo y empleo: Caminos recorridos, caminos por recorrer”**, Publicado en Política y Sociedad. No. 32. En www.ucm.es/info/socio1/prietomte.html - 36k. Marzo de 2006.
- Pujadas, Juan José (1992). **“El método biográfico: El uso de las historias de vida en ciencias sociales”**. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid
- Putnam, Robert D. (1995). **“Bowling alone: America’s declining social capital”**. Journal of Democracy, vol.6, no. 1, p. 65-78.

- Rodríguez, Gregorio, Javier Gil Floreset y Eduardo García Jiménez (1996). **“Metodología de Investigación Cualitativa”**. Aljibe, Málaga, España, pp.: 23-59.
- Rojas Coria, Rosendo (1984). **“Tratado de cooperativismo en México”**, Fondo de Cultura Económica, México
- Rojas Herrera, Juan José (2003). **“Las cooperativas en la Ciudad de México”**. Educación, capacitación e información. Edición Molino de Letras. Serie de Estudios Cooperativos, núm. 2. México.
- Ruiz Olabuénaga, José Ignacio (1999). **“Metodología de la investigación cualitativa”**. Universidad de Deusto, Bilbao, España, pp:11-44, 165-214
- Sainsaulieu, Renaud (1988). **“L’identité au travail. Les effets culturels de l’organisation”**. Presses de la FNSP, Paris.
- Sánchez Cabrera, Álvaro (2004). Tesis Doctoral: **“Análisis crítico de la estructura organizacional en las OFCC. Gestión económica, gestión financiera y enfoques de administración en las organizaciones de carácter social: Un estudio a la luz de la teoría de la organización (1980-2000)”**. Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften Der Freie. Universität Berlin.
- Schutz, Alfred (1993). **“La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva”**. Paidós, Argentina, pp:33-74
- Scott, Elizabeth (2002). **“Organizational Moral Values”**, Business Ethics Quarterly, Vol. 12(1).
- Siles, Marcelo, Robinson, Lindon J., y Schmid, A. Allan (2003). **“El Capital social y la Reducción de la Pobreza – Hacia un Paradigma Maduro”**, Santiago de Chile, Naciones Unidas, CEPAL, Universidad del Estado de Michigan.
- Smircich, Linda (1983). **“Concepts of Culture and Organizational Analysis”**, Administrative Science Quarterly, Vol. 28, No. 3, September.
- Stake, Robert E. (1994) (1995). **“Case Studies”**, Handbook Qualitative Research, Norman K. Denzi e Ivonna S. Lincoln, editores, pp: 236-247 Investigación con estudios de caso, Morata, Madrid, España, pp: 15-24
- Tajfel, H. (1982) **“Social Identity and Intergroup Relations”**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tarrés, María Luisa (1992), **“La voluntad de ser. Mujeres en los noventa”**. Programa interdisciplinario de estudios de la mujer. El Colegio de México. Primera edición. México.

- Tarrés, María Luisa (2004). “**¿Basta movilizarse para obtener representatividad en la política formal? El movimiento de mujeres en México y el proceso de transición democrática. 1970-2000**”. en Domínguez, Edmé (Coord.) Mujeres, ciudadanía y participación en México, Universidad de Gotemburgo, 2004.
- Turney, Barry A. (1990) (Ed.) “**Organizational Symbolism**”, Walter de Gruyter, New York.
- Turney, Barry A. (1992). “**The Symbolic Understanding of Organizations**”, en Reed, Michael (Ed). Rethinking Organization, New Directions in Organization Theory and Analysis, SAGE, London.
- Uphoff, Norman (2000). “**Understanding social Capital, en Social Capital, a Multifaceted Perspective**”, Partha Dasguspta e Ismael Serageldin, Washington, D.C., The International Bank of Reconstruction and Development, The World Bank, Washington D.C.
- Weber, Max (1970). “**Economía y sociedad**”. Fondo de Cultura Económica, México, pp. 706-752
- Weick, K. E. (1969). “**The Social Psychology of Organizing**”. MA. Addison Westley Reading.
- Williamson, Oliver (1989). “**Las instituciones económicas del capitalismo**”, Fondo de Cultura Económica, México
- Yin, Robert K. (2003). “**Case study research: Design and methods**”. SAGE Publications, Thousand Oaks, California, USA, 171p.

ANEXOS

ANEXO 1. "COOPERATIVA MUJERES PARA HOY, S. R. L."
Relación de cooperativistas, categoría, reingresos. 1987 a 2000

	NOMBRE	FECHA DE ENTRADA	CATEGORÍA	
1	Álvarez Justina	20/09/1988	Aspirante a socia	
2	Ana Gloria	12/11/1988	Aspirante a socia	
3	Antonio Amelia	06/09/1988	Aspirante a socia	
4	Ayala Socorro	09/04/1987	Aspirante a socia	
5	Bravo Virginia	05/06/1989	Aspirante a socia	
6	Bustos Miranda Jazmín	03/03/2003	Aspirante a socia	
7	Carreño Lezama Celia	11/09/1989	Aspirante a socia	
8	Chamu Hernández Rosa	05/11/1991	Aspirante a socia	
9	Cisneros Guillermina	18/12/1987	Socia	
10	Cruz Eustolia	11/05/1989	Aspirante a socia	
11	Cruz Roldán Rosa	15/05/1992	Aspirante a socia	
12	D. Víctor Hugo	22/06/1992	Aspirante a socia	
13	Damián GalindoVirginia	23/07/1989	Aspirante a socia	
14	De la Fuente Maricela	18/02/1987	Socia	
15	Del Ángel Rodríguez María Teresa	11/11/1991	Aspirante a socia	
16	Del Valle Juana	29/08/1988	Aspirante a socia	
17	Durán Carmen	09/06/1989	Aspirante a socia	
18	Esquivel Hernández Anel	01/04/1988	Apoyo	
19	Esquivel Hernández Cynthia	20/09/1988	Socia	
20	Fajardo C. Guillermina	27/01/1989	Aspirante a socia	
21	Fernández Ana María	21/01/1987	Socia	
22	Galindo Cristina	04/10/1989	Aspirante a socia	
23	García Araceli	02/01/1989	Aspirante a socia	
24	García García Susana	04/03/1991	Aspirante a socia	
25	García González Consuelo Alicia	10/02/1989	Aspirante a socia	
26	García Reyes Araceli	04/04/1988	Aspirante a socia	
27	García Rojas Socorro	27/01/1987	Socia	
28	Gómez María Antonieta	07/09/1988	Aspirante a socia	
29	González Ana Luisa	27/06/1989	Aspirante a socia	
30	González Arminda	20/02/1991	Aspirante a socia	
31	González Miguel	27/01/1987	Socio	
32	Guerrero de Juárez Juana	07/11/1991	Aspirante a socia	
33	Gutiérrez Angela	24/06/1989	Aspirante a socia	
34	Guzmán Reyna	30/11/1987	Aspirante a socia	
35	Guzmán Teodora	16/03/1988	Apoyo	
36	Heredia Silvia	27/01/1987	Socia	
37	Hernández Esther	05/05/1989	Aspirante a socia	
38	Hernández Gómez Guillermina	02/04/1991	Aspirante a socia	
39	Hernández Teresa	27/01/1987	Socia	
40	Hoyos Heredia Claudia	14/02/1992	Apoyo	

	NOMBRE	FECHA DE ENTRADA	CATEGORÍA	
41	Hoyos Heredia Irma	11/12/1988	Apoyo	
42	Ledezma Virginia	04/01/1989	Aspirante a socia	
43	López María del Carmen	21/12/1988	Aspirante a socia	
44	Macareno Esther	03/03/1988	Socia	
45	Manzo Carmen	02/03/1989	Aspirante a socia	
46	Martínez María de Lourdes	10/01/1989	Aspirante a socia	
47	Martínez Rocha Catalina	28/03/1988	Aspirante a socia	
48	Martínez Rosa María	09/02/1987	Socia	
49	Martínez Tellez Teresa	27/04/1987	Aspirante a socia	
50	Martínez Veronica	17/01/1989	Aspirante a socia	
51	Maya Carmen	27/01/1988	Aspirante a socia	
52	Medina Peña María	12/02/1992	Aspirante a socia	
53	Medina Torres Rosa Isela	16/04/1991	Aspirante a socia	
54	Mejía Gema	27/04/1987	Aspirante a socia	
55	Méndez Angelina	06/09/1989	Aspirante a socia	
56	Mendoza Chávez Azucena	30/11/1987	Aspirante a socia	
57	Mendoza Chávez Esperanza	01/11/1989	Aspirante a socia	
58	Millán Isabel	22/08/1988	Aspirante a socia	
59	Montes Patricia	16/12/1989	Aspirante a socia	
60	Morales Brito Gloria	10/09/1989	Aspirante a socia	
61	Moreno Socorro	03/02/1989	Aspirante a socia	
62	Oliva Morán Minerva	03/04/1989	Aspirante a socia	
63	Olvera Cacebú	10/01/1991	Aspirante a socia	
64	Orta Hebert Teresa	02/02/1987	Socia	
65	Ortiz Estela	01/09/1988	Aspirante a socia	
66	Padilla María de la Luz	25/10/1988	Apoyo	
67	Palomares Laura	24/06/1987	Aspirante a socia	
68	Pérez Alma Delia	10/01/1991	Aspirante a socia	
69	Pérez Hilda	26/02/1989	Aspirante a socia	
70	Pérez Pérez Yolanda	21/09/1989	Aspirante a socia	
71	Quintero Escamilla Lourdes	05/11/1991	Aspirante a socia	
72	Quiroz P. Luciano	04/12/1989	Aspirante a socio	
73	R. L. Catalina	24/09/1988	Aspirante a socia	
74	Ramírez Ana María	16/05/1988	Aspirante a socia	
75	Ramírez Matilde	18/02/1987	Aspirante a socia	
76	Reséndiz María	09/02/1987	Socia	
77	Reyes Rosa María	20/10/1988	Aspirante a socia	
78	Rocío Adriana	23/07/1989	Aspirante a socia	
79	Rodríguez Valverde Laura	13/01/1988	Socia	
80	Rodríguez Venegas Patricia	08/09/1989	Aspirante a socia	
81	Romero Rebeca	26/01/1989	Aspirante a socia	
82	Roque Inocencia	01/03/1989	Aspirante a socia	
83	Rosalio Ernestina	03/01/1989	Aspirante a socia	
84	Rosalio Griselda	18/11/1988	Aspirante a socia	
85	Rosario	12/12/1988	Aspirante a socia	
86	Ruíz Martínez Sonia	05/04/1988	Aspirante a socia	
87	Safa Barraza María Cristina	27/01/1987	Socia	

	NOMBRE	FECHA DE ENTRADA	CATEGORÍA	
88	Salinas Teresa	27/09/1989	Aspirante a socia	
89	Sánchez Humberto	31/08/1988	Aspirante a socio	
90	Sánchez Irma	28/07/1988	Aspirante a socia	
91	Sandoval Ramona	03/02/1987	Socia	
92	Segoviano Leticia	18/01/1989	Aspirante a socia	
93	Segundo María	27/06/1989	Aspirante a socia	
94	Solís Angela	04/08/1988	Aspirante a socia	
95	Teodoro Antonio Edith	26/05/1989	Aspirante a socia	
96	Torres Erika	04/10/1989	Aspirante a socia	
97	Torres Gabriela	15/11/1989	Aspirante a socia	
98	Torres Jiménez Teresa	04/10/1989	Aspirante a socia	
99	Torres Josefina	13/04/1987	Socia	
100	Torres María de Jesús	06/10/1989	Socia	
101	Torres Tomasa	08/02/1988	Aspirante a socia	
102	Trigo Estela	09/10/1989	Aspirante a socia	
103	Vargas Hernández Maricela	12/02/1992	Aspirante a socia	
104	Vargas Hernández Rigoberta	08/02/1988	Aspirante a socia	
105	Vázquez Candelaria	02/06/1991	Aspirante a socia	
106	Vega M. Isabel	07/01/1989	Aspirante a socia	
107	Velázquez Brito Maribel	04/03/1991	Aspirante a socia	
108	Venegas María Luisa	30/06/1989	Aspirante a socia	
109	Villegas Claudia	14/06/1989	Aspirante a socia	
110	Xalapa Margarita	11/04/1988	Aspirante a socia	
111	Xalapa Patricia	26/07/1988	Aspirante a socia	
112	Yáñez Alejandra	03/01/1989	Aspirante a socia	

FACHADA DE LA COOPERATIVA



SOCIEDAD COOPERATIVA MUJERES PARA HOY, S. DE R. L.

TALLER DE FORMACIÓN DE MUJERES DE LA COLONIA



CLAUSURA DEL TALLER DE FORMACIÓN



SESIÓN PLENARIA CON ASISTENCIA DE FAMILIARES



**BAZAR DE VENTA DE ARTÍCULOS PRODUCIDOS POR
COOPERATIVISTAS**



COOPERATIVISTA FABRICANDO ARTÍCULOS



COOPERATIVISTA MAQUILANDO



COOPERATIVISTA DE LA TERCERA EDAD



TALLER SOBRE DERECHOS DE LA MUJER



TALLER DE AUTOESTIMA



CLAUSURA DEL TALLER DE FORMACIÓN INSTRUCTORAS Y ASPIRANTES A SOCIAS



CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN



CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN



**ESQUEMAS RESULTANES DEL TALLER DE
AUTOESTIMA**

