

e-COOPERATIVISMO EN COSTA RICA

El propósito de este capítulo es presentar los principales avances de las cooperativas en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación.

En la primera parte se hace un breve recorrido sobre los orígenes y evolución del cooperativismo en Costa Rica y posteriormente se presenta una breve reseña de este a partir de los resultados del Censo Nacional realizado en el año 2008, en la que se destacan los aportes de las cooperativas tanto en materia de organización social así como el aporte a diversos sectores estratégicos de la economía costarricense.

Se destaca el impacto del cooperativismo en América Latina y se enmarca el presente trabajo con un acontecimiento de singular importancia para los cooperativistas, con la designación del 2012 como Año Internacional de las Cooperativas, decisión con la que la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas reconoce el aporte del cooperativismo durante los últimos dos siglos como un pilar de la democracia política, económica y social en todo el mundo.

En el siguiente aparte se vincula la gestión de las cooperativas y la tecnología de la información

y la comunicación, resaltando el aporte de estudiosos en la materia que coinciden y afirman la necesidad impostergable de los cooperativistas de incorporar de manera sistemática y sostenida las herramientas que facilita el mundo cibernético para garantizar condiciones adecuadas en el marco de la competencia y la competitividad en el mundo empresarial.

Considerando la importancia de recoger muchas experiencias en el ámbito de las cooperativas y las TIC, se hace breve referencia a procesos efectuados en diversos países, tanto de Europa como de América Latina y Costa Rica sobre la materia. Se presenta el resultado del estudio realizado en el año 2005 sobre las cooperativas de la región Valencia y el uso de las tecnologías de la información que por su cobertura y metodología, permite posteriormente hacer un análisis comparado con la situación de las de Costa Rica.

En el caso de Costa Rica, se hace una reseña sobre los logros en el campo de las TIC por parte cooperativas emblemáticas, tal el caso de Coopesa y Coopelesca, que han avanzado tanto en el mejoramiento de sus servicios especializados, como en la apertura de servicios altamente especializados –en el caso de Coopelesca – para darle acceso a la

población de una región promisoría del país para conectarse en el nuevo mundo de la comunicación y de la información.

Finalmente, se presentan los principales resultados de la encuesta nacional realizada a una muestra representativa de gerentes de cooperativas de los diversos sectores y regiones de Costa Rica por parte de la empresa Borge & Asociados, por acuerdo entre los Directores Ejecutivos de Cenecoop y el PROSIC y que hacen posible compartir esta valiosa información.

Se agradece en este espacio la amabilidad del Lic. Stefano Arias, Director Ejecutivo del Centro Nacional de Estudios y Educación Cooperativa (Cenecoop) al poner a disposición de PROSIC la información recogida en dicho estudio en lo concerniente a las Cooperativas y las TIC.

El cooperativismo ha logrado mantener vigencia a lo largo de casi doscientos años gracias a la consistencia doctrinaria y flexibilidad en la praxis, además ha conseguido ajustarse a las condiciones del entorno tanto en el plano regional como nacional. La fuerza ético-moral y la claridad en sus principios doctrinarios, han permitido que se exprese más allá de los estadios o entornos económicos, sociales y políticos de las sociedades donde se han aplicado las formas cooperativas.

En ese contexto, al inicio del Siglo XXI, surgen condiciones que han planteado nuevos desafíos al cooperativismo. Los procesos de globalización, transnacionalización, ajuste estructural, apertura comercial y la neoliberalización de las economías, cambiaron radicalmente los factores del entorno mundial en general.

La transnacionalización de las economías y el surgimiento de más megacorporaciones en el

escenario internacional, plantean nuevos retos a la mediana y pequeña empresa, especialmente la de gestión social, lo que ha obligado a que las cooperativas revisen minuciosamente los nuevos factores que se ciernen en el entorno empresarial.

Ante los nuevos retos, el liderazgo mundial cooperativo ha considerado esencial revisar los aspectos fundamentales tanto en la gestión empresarial como a la doctrina cooperativa. Parte de ese esfuerzo se verifica en el Congreso Mundial convocado por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) en Manchester, Inglaterra, (1995) que examinó los principios fundamentales del cooperativismo, tratando de ajustarlos a las nuevas condiciones del entorno internacional.

En ese marco, se ha considerado que la revisión no sólo debe responder a las rigurosidades del ambiente externo, sino que debe significar un cambio sustancial y radical en la manera en que se ejecuta la gestión cooperativa.

Prevalece en el pensamiento estratégico del movimiento cooperativo la necesidad de reflexión más profunda a fin de asegurar que frente a los desafíos del Siglo XXI, se garantice no sólo la subsistencia de las formas cooperativas, sino – como se ha experimentado a lo largo de más de un siglo y medio de vigencia– logre cumplirse con mayor fuerza para contribuir a los procesos de democratización económica, social y política dentro del nuevo mundo globalizado e internacionalizado.

En esa dirección se plantea la reconversión empresarial cooperativa, modernización de los procesos y adaptación y adopción de las nuevas formas tecnológicas para enfrentar en igualdad de condiciones a las otras formas de organización empresarial. En esa vertiente, las cooperativas en

general, han adoptado las facilidades del uso de las nuevas tecnologías y más recientemente las modalidades de la Sociedad de la Información y Comunicación que imponen las TIC.

En el caso de Costa Rica, se conoce que en los diversos sectores se han efectuado procesos de modernización empresarial importantes así como la incorporación de las nuevas tecnologías de la comunicación y la informática. Sin embargo, no se cuenta con una verificación veraz y empírica de esos avances.

8.1 ORÍGENES DEL COOPERATIVISMO

El cooperativismo inicia su presencia en el país a principios del Siglo XX, resultado de la influencia de las ideas socialistas en estratos de la intelectualidad costarricense. Tal es el caso del Grupo Germinal, conformado por intelectuales progresistas, entre ellos Omar Dengo, Joaquín García, Juan Rafael Pérez y Carmen Lyra, que trasladaron esas ideas a los trabajadores. Resultado de ese proceso se fundó la primera cooperativa –la Sociedad Obrera Cooperativa– conformada por trabajadores y artesanos de la creciente ciudad de San José.

Décadas después, el interés en el impulso a las cooperativas es retomado por el Centro de los Problemas Nacionales conformado entre otros por Rodrigo Facio Brenes, Rafael Alberto Zúñiga, Daniel Oduber, Gonzalo Facio, quienes a partir del año 1942 –y aprovechando la promulgación del Código de Trabajo por la Administración Calderón(1943)– impartieron seminarios sobre el tema del cooperativismo y respaldaron la formación de la primera cooperativa en la era moderna del cooperativismo: Coopevictoria R. L, localizada en Grecia, Alajuela, que aún se le considera

como líder en la producción, procesamiento y comercialización del azúcar.

En los años posteriores se crearon, hasta 1943, cerca de 23 empresas cooperativas que ofrecieron sus servicios, principalmente, en áreas como el crédito y el consumo. Todas estas iniciativas tuvieron una vida muy corta debido a cinco factores: ausencia de educación cooperativa, falta de capital y crédito, carencia de buenos sistemas administrativos, inexistencia de una legislación adecuada y condiciones político-económicas difíciles.

Durante 1947 surge Cooprole R.L., conocida como Dos Pinos, hoy la más fuerte del país. Esta cooperativa a la fecha tiene cerca de 1500 codueños o asociados. Ese mismo año, se estableció en el Banco Nacional de Costa Rica una sección para fomentar el cooperativismo, lo que le confiere un importante impulso. Para 1968 ya el sector cuenta con su propia ley (N° 4179) a la cual se le hicieron múltiples reformas con el paso del tiempo.

Asimismo, el sector vio surgir otros organismos de integración tales como las federaciones (de cobertura sectorial) y las uniones (usualmente de cobertura regional). La primera que se fundó fue la Federación de Cooperativas de Caficultores (FEDECOOP) en 1962. En cuanto a las uniones, fue la Unión Nacional de Cooperativas (UNACOOOP) la primera en existir.

El período de mayor desarrollo y expansión del cooperativismo costarricense se dio en las décadas de los años setenta y ochenta. En esa fase se fortalecieron las cooperativas de ahorro y crédito, se fomentaron las agrícolas de autogestión y se incursionó en las de servicios, especialmente transportes, consumo, vivienda. Por otra parte, se

constituyeron las federaciones de cooperativas del transporte, taxímetros, entre otras.

Durante la década de los noventa y principios del Siglo XXI y no obstante los procesos de ajuste estructural, apertura comercial, tratados de libre comercio y modelos neoliberales, las cooperativas de Costa Rica logran enfrentar las nuevas condiciones y –como se indicó anteriormente– se generan procesos de modernización y adopción de modalidades de trabajo que garantizan mayor eficiencia, eficacia y competitividad.

En primera instancia, se experimenta la planificación estratégica en el mediano y largo plazo, se aplican los procesos FODA para confrontar los factores tanto endógenos como exógenos, se impulsa la reconversión en los procesos productivos y de gestión cooperativa, se incorporan nuevos cuadros gerenciales y la formación del capital humano, a la par de las nuevas formas para la comercialización y exportación, forma parte de la estrategia de posicionamiento de las cooperativas, especialmente las de producción, ahorro y crédito, agroindustriales. Inclusive las de autogestión incursionan en estos procesos, lo que garantiza que al final de esta fase, el cooperativismo costarricense se caracteriza por su solvencia económica, su fortaleza empresarial y su capacidad de diversificación y fortalecimiento empresarial.

8.1.2 Situación y tendencias

Según los resultados del último Censo Nacional Cooperativo 2008, realizado por la Confederación de Cooperativas de Centroamérica y el Caribe a solicitud del INFOCOOP, publicados en el *Informe El estado del Cooperativismo en Costa Rica(2008)*, este movimiento muestra un significativo repunte, basado en procesos

de diversificación, modernización, alianzas estratégicas y articulación de procesos.

De acuerdo con los resultados del censo, en Costa Rica existían a esa fecha 530 cooperativas activas de las cuales 347 son de adultos y 183 son escolares y juveniles. Dichas empresas cuentan con 777.713 asociados, cantidad equivalente a 18% de la población total del país (proyectada al año 2008) y al 37% de la población nacional económicamente activa. De este último porcentaje, el 21% son hombres y el 16% mujeres.

Históricamente, la evolución del cooperativismo ha enfrentado diversas fases, incluyendo situaciones críticas. Sin embargo, como se observa en el cuadro 8.1.1, se muestra una línea ascendente en la formación de nuevas cooperativas a lo largo del periodo 1963-2008.

Asimismo, como se evidencia en el gráfico 8.1.1, la afiliación a las cooperativas muestra un crecimiento sostenido durante los últimos cuarenta años, lo que significa mayor confianza de los costarricenses en este tipo de modelo de organización social y económica.

Cuadro 8.1.1 Evolución histórica de las Cooperativas en Costa Rica del periodo de 1963 al 2008	
Año	Número de Cooperativas
1963	67
1973	289
1983	407
1990	398
1993	375
2000	318
2008	347

Fuente: Censo Nacional Cooperativo, Infocoop, 2008.

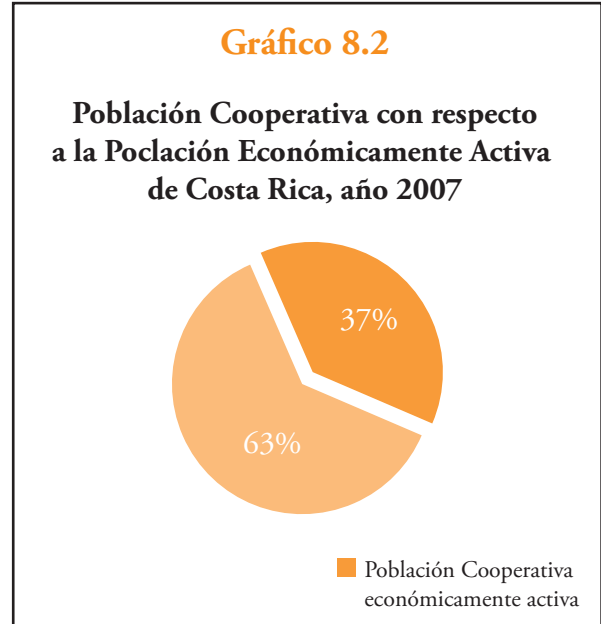


Fuente: Censo Nacional Cooperativo, Infocoop 2008.

El censo efectuado en el año 2008, también indica el impacto de las cooperativas en el desarrollo económico y social del país. Para ese año, existían en Costa Rica 530 cooperativas, con una base social casi 800,000 personas, lo que representaba que uno de cada cinco ciudadanos pertenece a estas organizaciones de la economía social.

Asimismo, se verifica que el sector cooperativo aumenta su presencia y posición en áreas de la economía mediante el impulso de áreas productivas y financieras como: ahorro y crédito, café, lácteos, electrificación, salud y educación.

En el sector lácteo, las cooperativas Dos Pinos, Coopecoronado, Coopebrisas y Coopeleche industrializan el 90% de la leche que produce el país, con altos estándares de calidad y garantizando la salud de toda la población. Al frente de estas empresas están más de tres mil productores, dueños de esas exitosas empresas.



Fuente: Censo Nacional Cooperativo, Infocoop 2008.

De acuerdo (*Declaraciones del señor Pattoni, Gerente General de la Cooperativa Dos Pinos aparecido en la página web de la Cooperativa*)... La Cooperativa de Productores Dos Pinos procesa diariamente más de 1,1 millones de litros de leche, cerca del 85% del total que se industrializa en el país. Se estima que Costa Rica produce alrededor de 2,4 millones de litros al día y que un poco más del 50% va a la industria.

El dinamismo en la internacionalización de la Dos Pinos se visualiza también en el aceleramiento de las ventas a otros países en los últimos años. En 1995, Dos Pinos vendió en el exterior \$8 millones; en el 2000 esa suma llegó a \$21 millones; en el 2009 a \$51 millones y, en el 2010, a \$63 millones. Además, un 22% de las ventas de esta empresa se hicieron, en el 2010, en mercados fuera de Centroamérica. Se cuenta entre ellos el inicio de las exportaciones a Cuba; la venta de leche líquida, en polvo y evaporada a Belice; el reinicio de las exportaciones de helados, queso y leche en polvo a Trinidad y

Tobago, y que se retomaron las exportaciones a República Dominicana.

Por otra parte, las cooperativas de ahorro crédito constituyen el sector de mayor crecimiento en los últimos años, tanto en el número de cooperativas como de asociados. Según los reportes de la Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito, actualmente representan más del 30% del total de cooperativas y, por su naturaleza, el mayor número de la base social. Dentro de la apertura del sistema financiero nacional, las cooperativas realizan principalmente servicios de captación de capital social, seguido por captación a la vista y a plazo, así como el crédito a sus asociados, el cual está dirigido principalmente a actividades personales, de vivienda y de consumo. Dada la agresividad de la banca privada internacional, el sector cubre principalmente a los estratos medios de la sociedad costarricense.

En el sector de servicios públicos se destaca el rol de las cooperativas de electrificación que cubren el servicio a las comunidades de las zonas norte, Los Santos y parte de Guanacaste, mediante Coopelesca, Coopealfaroruiz, Coopeguanacaste y Coopesantos, que han resultado ser las mejores aliadas del ICE en la distribución eléctrica y servicios a las familias, con la incorporación de redes.

Según el censo 2008, con respecto a las 56 cooperativas dedicadas a la producción agropecuaria –que representan el 15% del sector cooperativo– los principales productos agrícolas medidos en términos de la frecuencia en que son reportados por las cooperativas, son café (24,4%), palma aceitera (17,8%), caña de azúcar (15,6%), plátano (8,9%), arroz, banano y piña.

En términos de incidencia, las 26 cooperativas dedicadas al café produjeron 26 mil millones de

colones; las que producen y procesan azúcar, bajo el liderazgo de coopevictoria, produjeron 16.000 millones de colones. El sector de la palma africana liderado por coopropalma R. L. produjo 1.200 millones de colones y las dedicadas a la producción y comercialización del plátano generaron en el periodo más de 800 millones de colones.

En la dimensión social, las cooperativas generan casi 60 mil empleos directos y también contribuyen al bienestar de las personas mediante donaciones, préstamos, becas de estudio, salud, capacitación, recreación y asistencia legal y técnica. Solo en el año 2007, este aporte superó los 22 mil millones de colones. (*Datos del Censo Nacional Cooperativo 2008*).

La diversificación de las actividades económicas ha marcado un cambio en el devenir de las organizaciones cooperativas, las cuales tenían básicamente una sola actividad económica de desempeño, sin embargo, en las últimas décadas, la diversificación ha sido una necesidad, ante la vulnerabilidad económica por las fluctuaciones en los precios del mercado internacional de los bienes exportados.

Se podría afirmar que los procesos de mayor apertura mercantil de las prácticas económicas del Estado, han constituido auténticos retos para el sector cooperativo, el cual ha tenido que modernizarse ante las perspectivas competitivas predominantes para no ser desplazadas por otras empresas. Este proceso globalizador en las relaciones económicas internacionales, que incide en el mercado nacional, no tiene efectos similares en la diversidad y heterogeneidad del movimiento cooperativo. Las empresas grandes, con recursos, capacidad productiva e integración y cohesión social, son las que se encuentran en mejores condiciones

para la competitividad y la reproducción ampliada de sus inversiones, mientras que las más pequeñas, con insuficiente solvencia para aumentar la productividad y con asociados pobres, no están en capacidad de cambiar las tendencias mercantiles en mercados abiertos, pero sin duda son una fortaleza en los espacios locales de su acción.

La pretensión de competir en condiciones adversas, como se impone a las organizaciones y productores en los tratados de libre comercio, es quizás, la razón por la cual han disminuido las empresas, y que en el cooperativismo ocasiona un aumento de asociados y trabajadores en las cooperativas existentes. Estas tendencias muestran la vocación social del cooperativismo, ante un contexto que desplaza fuerza de trabajo de las empresas no cooperativas, así como evidencia la aceptación y participación.

Es también un reto para el cooperativismo modificar las tendencias tecnocráticas en las relaciones económicas empresariales. Los prejuicios a favor de las tecnologías, en el pasado y el presente, han subordinado las relaciones sociales en las organizaciones y convirtieron en objeto a los sujetos. La alienación extrema a la tecnología ha limitado la creatividad e innovación de las personas y organizaciones para convertirlos en sólo consumidores dependientes de productos, que en muchos casos responden e implican condiciones que pueden ser ajenas a los usuarios, al medio e incluso a los propios consumidores de los productos generados con determinadas tecnologías.

8.2 LAS COOPERATIVAS EN EL MUNDO

Según las estadísticas de la oficina de la Alianza Cooperativa Internacional en Las Américas (ACI) con sede en Costa Rica el modelo empresarial

cooperativo muestra un impacto muy significativo en la economía mundial y en términos del volumen de los negocios, corresponde a la décima economía. Asimismo, genera trabajo directo a más de cien millones de personas.

El Lic. Manuel Mariño, Director de la Oficina ACI para las Américas, remite a los siguientes datos: las cooperativas dan empleo a más de 100 millones de personas en todo el mundo, lo que representa un 20% de lo que aportan las empresas multinacionales en esta materia. Sólo en Europa los bancos cooperativos emplean a más de 700.000 personas. En Canadá estas dan empleo a más de 160.000 personas. En Colombia, una cooperativa de salud es la segunda empresa en el ranking nacional de generación de empleo. En Uruguay dan empleo directo o indirecto a más de 40.000 personas, cifra equivalente a casi un 3% de la población económicamente activa en el país.

En América, el desarrollo del cooperativismo muestra una tendencia creciente, no obstante la crisis experimentada por el sector en la última década del siglo anterior, especialmente como alternativa para enfrentar las dificultades que han experimentado las economías a raíz de la crisis del sector financiero internacional.

Siguiendo la información que dispone la ACI en Las Américas, en Argentina existen más de 18.000 cooperativas que reúnen a una cifra superior a los 9 millones de miembros. En Canadá, una de cada 3 personas es miembro de una cooperativa. Solo el movimiento *Desjardins* en Quebec reúne a más de 5 millones de socios. En Colombia y Costa Rica un 10% de la población es miembro de cooperativas y en los Estados Unidos un 25% de su población es miembro de una cooperativa.

Las cooperativas tienen un peso significativo en las economías nacionales

En Brasil las cooperativas producen el 72% del trigo, el 43% de la soja, 39% de la leche, 38% del algodón, 21% del café y 16% del país y sus exportaciones son superiores a los 1.300 millones de dólares. En Bolivia una sola cooperativa de ahorro y crédito maneja alrededor de la cuarta parte de los ahorros nacionales. En Colombia las cooperativas de salud atienden a un 25% de la población del país.

En Estados Unidos existen más de 30 cooperativas con una facturación anual superior a los 1.000 millones de dólares. Además, un 30% de la producción agrícola nacional es comercializada a través de más de 3.400 cooperativas activas en todo el país. En Uruguay, las cooperativas producen el 90% de la leche y sus derivados, el 34% de la miel y el 60% del trigo nacional. (Estadísticas Oficina ACI América).

2012 año de las cooperativas

Precisamente a raíz del aporte de las cooperativas al desarrollo mundial y de manera principal a la contribución por un mundo más justo e igualitario, la Asamblea General de Naciones Unidas (ONU) en su 64ª. Reunión General realizada en diciembre del 2010, acordó la resolución sobre “Las Cooperativas y el Desarrollo Social” y declaró el Año 2012 como año de las cooperativas.

En dicha resolución, la ONU considera lo siguiente:

El modelo cooperativo es la mejor opción para enfrentar la crisis financiera y ofrece las bases para conseguir una forma más sostenible de hacer negocios, en relación con el modelo capitalista tradicional.

Las cooperativas, independientemente de su dimensión o rubro, comparten los valores de democracia, solidaridad, equidad, autoayuda y autorresponsabilidad, creando negocios que ofrecen más bienestar, en oposición a la maximización de beneficios en provecho de unos pocos.

La resolución de la ONU reconoce que el modelo cooperativo es un importante factor de desarrollo promueve la más alta participación en el desarrollo económico y social de las personas, en los países desarrollados y en vías de desarrollo y que, en particular, las cooperativas contribuyen a la erradicación de la pobreza. La resolución también invita a todos los gobiernos a crear más ayudas para el desarrollo del cooperativismo, particularmente, las que llevan a asegurar la financiación necesaria para dinamizar la construcción de empresas.

8.3 INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado de manera sustantiva el mundo contemporáneo y de manera particular la cultura empresarial. Las TIC son un elemento clave para hacer que los procesos de producción sean más productivos; en esos términos, se agilizan las comunicaciones, se auspicia el trabajo en equipo, se sistematizan las existencias, se realizan análisis financieros, y se promocionan los productos en el mercado.

En el Informe sobre Desarrollo Humano del año 2001, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) considera que *sin las políticas innovadoras de las TIC, muchas empresas de los países en desarrollo, quedarán rezagadas en un mundo cada vez más competitivo*. Ante ese desafío, los gobiernos y el liderazgo empresarial –en

general y del sector cooperativo— de los países en desarrollo deben tomar la iniciativa para impulsar la innovación tecnológica y la incorporación de las nuevas tecnologías, tanto en los procesos, en las dimensiones de la planificación, la producción, la gestión administrativa, la comercialización, el transporte y, en general, todas las fases de la gestión empresarial a fin de reducir costos y mejorar sus capacidades de oferta.

El desafío es especialmente apremiante para las PYMES, las cooperativas y otras empresas del sector social de la economía: con los procesos de globalización y transnacionalización anteriormente mencionados, por lo que se plantea la necesidad impostergable de utilizar las TIC no solo en los procesos nacionales, sino en las estrategias de diversificación, ampliación de los mercados y posicionamiento en países regionales y extra regionales. Son conocidos los avances de cooperativas costarricenses como la Cooperativa Dos Pinos y Coopemontecillos, que han logrado posicionarse exitosamente tanto en el mercado centroamericano como del Caribe en la colocación de sus productos.

Ante este nuevo mundo, en los procesos de modernización empresarial, se ha incorporado —especialmente en las cooperativas grandes y medianas— la aplicación de las TIC en la administración de los recursos humanos, en la formación y capacitación a distancia tanto de los empleados como de los asociados. En síntesis, en un plazo relativamente corto, muchas cooperativas han modificado sustancialmente sus procesos y trámites mediante la incorporación de la nueva tecnología del trabajo.

Aunque no se ha verificado empíricamente, existe creciente preocupación en el liderazgo cooperativo

que aunque se trate de empresas pequeñas, es necesario adquirir e instalar una serie de servicios básicos de las TIC, con las cuales cualquier empresa debe contar como lo son conexión a Internet, correo electrónico, dominio del Internet y página web.

A no dudar, las TIC constituyen un instrumento cada vez más necesario para que las cooperativas amplíen su participación tanto en el mercado nacional, como regional y mundial. Los servicios TIC básicos agilizan el acceso a la información de importancia estratégica —especialmente los datos de mercado, competencia, oportunidades de mejoramiento— facilitan la comunicación con los clientes y proveedores y permiten la promoción de los servicios y productos cooperativos y posicionar una imagen favorable de la empresa en el mundo cibernético.

8.3.1 Las TIC elementos vitales en la vida de las cooperativas

Profundizando sobre la trascendencia de las TIC en el sector cooperativo, recurrimos a planteamientos de estudiosos en la materia. García y Ruiz (2001) consideran que la comunicación y la información constituyen un factor clave para la gestión de las empresas y para las relaciones interorganizacionales, tanto en el canal de distribución, como para el establecimiento de las alianzas estratégicas y el desarrollo de las redes. Los autores afirman que *las tecnologías de la información cobran especial relevancia en la medida en que permiten reducir los costes de coordinar las diferentes relaciones que se establecen entre las múltiples partes que constituyen las empresas cooperativas.* (García, E. y Ruiz, C. (2001), La información y la comunicación como base del control ejercido por el socio en la almazara cooperativa, Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO), 73, 43-58.

De acuerdo con la experiencia de las empresas del sector social, y particularmente de las cooperativas, estas realizan una serie de actividades y establecen una serie de relaciones con diferentes actores y agentes (asociados, proveedores, clientes, otras empresas cooperativas, empresas extra cooperativas, etc.). Por otra parte, –dada su naturaleza social– las cooperativas se distinguen por la participación de sus asociados en la gestión, planificación, control y gobierno, lo que requiere una comunicación fluida, ágil y permanente.

En esos términos, el intercambio de información es un factor clave en la vida y gestión de las cooperativas, ya que además de mantener una relación fluida con los socios propietarios, deben abordar los aspectos propios de cualquier empresa.

En ese marco, las tecnologías de la información contribuyen de manera eficaz y eficiente a coordinar los recursos, actividades y personas que interactúan en las relaciones que la cooperativa mantiene con distintas partes, tanto en lo interno de la organización en su dimensión social (asociados, trabajadores, empleados) como en el entorno empresarial (clientes, proveedores, colaboradores, entidades públicas, competidores y otros grupos de interés social y económico en general).

En cooperativas como las de ahorro y crédito y aún de producción, la dispersión geográfica y el elevado número de socios limitan su participación. Por ello, resulta indispensable la generación de instrumentos (folletos informativos, realización de frecuentes reuniones, encuentros informales y creación de grupos de trabajo) que faciliten el contacto entre los socios y entre éstos y los componentes de la estructura administrativa.

Los instrumentos que facilitan la nueva tecnología de la información y la comunicación, permiten a las cooperativas acercarse con mayor posibilidad al concepto de la “excelencia empresarial”, facilitando entre sus propios trabajadores– e incluso entre sus proveedores y sus clientes– la participación en la toma de decisiones, lo que constituye una ventaja competitiva en un mundo de muchas opciones para los consumidores.

8.3.2 Experiencias en Europa

Cooperativas de la región valenciana de España

Durante el año 2005, la Fundación Florida de la Universidad de Jaén realizó un estudio del uso de las tecnologías de información y comunicación en las empresas cooperativas valencianas. El estudio cubrió a un total de 751 empresas de un total de 1930 existentes en la región de Valencia, obteniendo una muestra del 39.2 de las empresas. La mayoría de las cooperativas encuestadas (44.6%) corresponden al modelo de trabajo asociado (autogestión en Costa Rica) y un 35.7% a las Cooperativas Agrarias (ver cuadro 8.2).

Cuadro 8.2
Tipo de cooperativa

Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo Asociado	335	44,6
Agrarias	268	35,7
Enseñanza	22	2,9
Servicios	42	5,6
Consumo	12	1,6
Transporte	12	1,6
Crédito	8	1,1
Vivienda	8	1,1
NS/NR	44	5,9

Fuente: Estudio Cooperativas de Valencia. 2004.

Cuadro 8.3 Número de computadoras en las cooperativas		
Número	Frecuencia	Porcentaje
1	165	15
2	107	16,2
3	79	12
4	47	7,1
5	41	6,2
6	20	3
7	17	2,6
8	15	2,3
9	12	1,8
10	11	1,7
11	68	10,3
NS/NR	78	11,8

Fuente: Estudio Cooperativas de Valencia. 2004.

Según los resultados obtenidos, el porcentaje de empresas cooperativas que disponen de equipos informáticos (computadoras) es muy elevado (87,7%). No obstante, pese a que el número de empresas que cuenta con equipos informáticos es muy alto, no podemos afirmar lo mismo del número de computadoras por empresas, ya que los resultados muestran que más de un 50% de las mismas disponen como mucho de tres computadoras, como se observa en el cuadro anterior.

Como se verifica en el siguiente cuadro, el uso de las TIC se efectúa principalmente el área de contabilidad para cubrir procesos internos, con un 92,1% de empresas; en segundo lugar se localiza el área de compras (59,9%) seguido por el área comercial, marketing y servicio al cliente (58,4%). Un 38% de las cooperativas utilizan las TIC en el área de recursos humanos, un 30% en los procesos de producción.

El porcentaje de empresas cooperativas que tienen contratados empleados que realizan tareas relacionadas con la informática y los sistemas de información es bastante bajo –tan sólo un 17,8% frente a un 25% obtenido en otros estudios– siendo también escasa la formación recibida por ese personal. En el análisis de los resultados, se indica que no es de extrañar que si la empresa no mejora, de forma general, la formación de su personal informático en esa área tampoco apueste por la formación en TIC del resto de su personal. En concreto, en el presente estudio tan sólo un 22,8% de las empresas dan habitualmente formación en informática a sus empleados, siendo este porcentaje cercano al 15% en otros estudios realizados.

Cuadro 8.4 Áreas de la empresa informatizada					
Área	Total	Mayor parte	Más o menos	Menos de la mitad	Nada
Marketing	58	11	2,9	6	8,5
Compras	59,9	2	0,6	3,8	1,4
Contabilidad	92,1	2	0,6	0,9	4,2
Rrhh	38	8,4	2	4	46,5
Planificación y control	41	14,4	4,6	3,8	32
Producción	30,8	9,9	3,2	3,3	47,9

Fuente: Estudio Cooperativas de Valencia. 2004.

La inversión en nuevos equipos informáticos es una de las razones dadas por las empresas para no avanzar más en el uso de las TIC ya que, en general, se piensa por parte de algunos dirigentes que una mayor inversión en equipos no reporta mayores beneficios al negocio.

En las conclusiones del estudio se advierte que es imperativo que las cooperativas incorporen en el menor plazo el uso de las TIC para no quedar relegadas en el entorno económico, así como potenciar el uso de medidas de integración y formación, sobre todo en la microempresa y la pyme.

8.3.3 Experiencias en América Latina

En América Latina existen importantes avances en la materia. Destacamos en este aparte la experiencia de la Universidad Cooperativa de Colombia, de la Red de Cooperativas de cudecoop y de una cooperativa de Uruguay que están incorporando las TIC para modernizar y hacer más eficientes sus acciones y mejorar las condiciones y oportunidades para las y los cooperativistas.

Consortio cooperativo Campo Negocios de Uruguay

Campo Negocios es un consorcio empresarial que cubre a varias cooperativas y se dedica a la comercialización de ganado vía Internet gracias a un sistema innovador de compra y venta de ganado online. Además de cumplir con su actividad esencial, la cooperativa busca promover el buen uso de las TIC entre la población rural, bajo la premisa de que el uso de las estas es un aspecto calve para el desarrollo futuro de la agropecuaria, no solo desde punto de vista del aumento de la productividad, sino también del punto de vista de la sostenibilidad de los sistemas productivos, así como también

de la inclusión social de los sectores más alejados de estas tecnologías.

Parte de la estrategia de implementación para incorporar las TIC en las cooperativas y en la gestión de los productores es mediante la realización de cursos presenciales y a distancia con los siguientes temas: *Teledetección*: Aplicaciones y tendencias (imágenes satelitales, índice verde, etc.); *Capacitación a distancia*: Posibilidades de capacitarse con estas tecnologías en el campo; *Navegación WEB*: utilidad, páginas de interés, tendencias; *Comercio electrónico*: que es, como funciona, algunos casos de comercio electrónico en el mundo; *Videoconferencias*: usos, alcances, costos; *Teletrabajo*: Esperan que con la formación, seguimiento y asistencia técnica se estará mejorando de manera sustancial la gestión de las cooperativas y los asociados, lo que significará un mejoramiento en las condiciones de vida. (*Revista de la Oficina IICA, Montevideo, Uruguay, 2009*)

La experiencia de Neticoop del Uruguay

Neticoop es un programa desarrollado y mantenido desde 1997 por la Confederación Uruguaya de Entidades Cooperativas (cudecoop), organización representativa del conjunto del movimiento cooperativo uruguayo. (Tomado de la página web de Neticoop, Uruguay).

Luego de una trayectoria de crecimiento permanente, Neticoop se ha consolidado como una propuesta de servicios que atiende las necesidades en el área de las TIC de numerosas organizaciones cooperativas uruguayas y extranjeras.

Al mismo tiempo, se ha constituido en un auténtico “espacio cooperativo en la red”, siendo un referente para socios, dirigentes y funcionarios de cooperativas nacionales y extranjeras y para

todos aquellos interesados en los temas vinculados al cooperativismo, su realidad y su potencial de desarrollo. Tiene cerca de 35.000 visitantes mensuales, provenientes de prácticamente todos los países de habla hispana, lo que constituye un estímulo constante para mejorar los contenidos del portal informativo.

Experiencia de la Universidad Cooperativa de Colombia

Además de las funciones típicas de contabilidad, información, mercadeo, ha sido interés del sector cooperativo incursionar con la aplicación de las TIC en el campo de la educación cooperativa tanto en los procesos de capacitación en línea como la formación de profesionales y técnicos mediante programas a distancia, virtuales o mediante e-Learning. En experiencias en el ámbito académico, se destaca la experiencia de la universidad Cooperativa de Colombia.

Como parte de la estrategia de la universidad, se ha logrado la incorporación de las TIC y con ellas el e-Learning, como una condición necesaria para asegurar la codificación y enriquecimiento del conocimiento, la dinamización de los procesos de enseñanza y aprendizaje, la implementación de una gestión flexible y adaptable, la conformación de redes académicas y sociales y el fomento a una cultura del mejoramiento continuo.

El desarrollo y evolución de la experiencia de la universidad muestra un avance significativo en las diversas áreas de cobertura. Por ejemplo, en el periodo 2007 al 2008 la matrículas para cursos de Especialización en Docencia Universitaria aumento de 180 a 430 estudiantes y en los cursos de asignaturas virtuales el incremento en el ese periodo fue de más del 370% pasando de 325

estudiantes en el año 2007 a 1,531 en el año 2008.

8.3.4 Experiencias exitosas en Costa Rica

Si bien no se cuenta con estudios especializados que verifiquen la adopción de las TIC en las cooperativas del país –que es el tema que se presenta en la siguiente parte del presente documento–, es conocido que la mayoría de las cooperativas, en especial las de ahorro y crédito y las que tienen mayor impacto en la economía, han ido modernizando sus sistemas de gestión y producción para enfrentar los retos hacia la competitividad y obtener mayor posicionamiento en sus respectivos nichos de incidencia.

En ese ámbito, se han recogido algunas experiencias exitosas que incluyen a dos cooperativas emblemáticas del país: Coopelesca y Coopesa, que no solo son de las primeras empresas cooperativas del país, sino que han asumido el liderazgo a nivel tanto nacional como regional. Asimismo, presentamos un perfil de la Cooperativa Sula Batsú, integrada por jóvenes profesionales, que constituyen un modelo autogestionario especializado precisamente en el manejo de las tecnologías de la información. Se ha querido recoger el testimonio de los funcionarios responsables de las áreas de informática, donde se refleja el impacto logrado con la adopción de las nuevas tecnologías.

Experiencia de Coopesa R. L. con las TIC

Coopesa R.L. es una cooperativa autogestionaria que se dedica al mantenimiento y reparación de aeronaves de cuerpo angosto (Boeing 737, por ejemplo), y que brinda sus servicios, exclusivamente, a clientes fuera de Costa

Rica. Estos servicios pueden ser de sistemas, de estructuras (fuselaje), motores, aviónica, pintura, etc.

Según el Ing. Wylhman Alfaro, Gerente de Informática de Coopesa herramientas como Internet, redes (cableadas e inalámbricas), equipo portátil y fijo y aplicaciones desarrolladas a la medida de los requerimientos han contribuido a que la cooperativa se haya establecido como una de las de mayor reputación, en calidad y precio, del continente.

La red inalámbrica y el equipo portátil han permitido, a través de aplicaciones web, llevar el control de los procesos: generación de órdenes de trabajo, registro de tiempos, control de partes instaladas y removidas, consulta de manuales, etc. hasta el mismo avión. De esta manera, se tiene la flexibilidad de una mejora continua en lo que se refiere cambios, imprevistos, etc., así como al aprovechamiento del tiempo de los mecánicos, herramientas y otros recursos.

Lo anterior se complementa con la facilidad, por parte de los clientes, de acceder en forma remota y dar seguimiento al desarrollo de sus servicios y poder detectar, a tiempo, discrepancias con relación a su programa de reparación y de puesta en servicio del avión. Igualmente, permite hacer revisiones y coordinar trabajos en línea, a través de tele y video conferencias en el sitio de trabajo.

La utilización de la tecnología de información es total en lo que se refiere a procesos administrativos, financieros y de recursos humanos. Es un tanto menor en lo que se refiere a procesos de ventas-mercadeo, control de calidad y hangar, pero se espera avanzar en estos procesos en la nueva fase de la empresa.

En la actualidad, Coopesa está en vísperas del traslado de sus instalaciones. El Ing. Alfaro ve esto como una oportunidad para, empezar de cero, contribuir a un diseño que haga uso extensivo de tecnología de punta en todos los factores: cableado, equipo, tanto de red como de cómputo y telecomunicaciones, metodologías de trabajo, etc.

Experiencia de la Cooperativa Sula Batsú

Sula Batsú está conformada por un equipo de larga experiencia en investigación, creación de capacidades y diferentes formas de implementación de proyectos colaborativos, uso estratégico de las tecnologías de información y la comunicación. Los productos y servicios de esta empresa cooperativa se basan en un acercamiento que tiene como base la apropiación social de las TIC para la construcción colectiva y el cambio social.

Parte importante del trabajo que ellos emprenden se basa en la investigación en el área de género y nuevas brechas digitales. El equipo de Sula Batsú experimenta constantemente con el uso de nuevas tecnologías en los procesos colaborativos de producción de información, comunicación, materiales y medios. Desarrollaron una investigación a nivel latinoamericano sobre el movimiento de software libre.

Coordinaron el capítulo centroamericano de una investigación global participativa sobre empresas de mujeres basadas en tecnologías de información y comunicación, para lo cual produjeron una serie de cuadernillos para el apoyo a este tipo de emprendimientos y también documentamos varias iniciativas de mujeres promotoras y emprendedoras de la tecnología. Actualmente, están desarrollando una investigación sobre mujeres graduadas de carreras de tecnologías de información, para

establecer la ruta de inserción laboral y visibilizar los obstáculos que ellas enfrentan y las estrategias que han utilizado para tener éxito.

Asimismo, realizan actividades de capacitación a cooperativas y asociaciones de producción para el uso estratégico de las TIC, especialmente para el manejo de sus alianzas, la relación con sus clientes y poblaciones meta, así como el posicionamiento de su trabajo en el mercado y en la comunidad internacional.

Experiencia de Coopelesca en la infocomunicación

La Cooperativa de electrificación de San Carlos, que ha ejercido un liderazgo en el impulso al desarrollo de la zona norte de Costa Rica, está experimentando con la ampliación de sus servicios a la población mediante lo que ha denominado el Complejo Tecnológico de Coopelesca.

Mediante esta plataforma, pone a disposición infraestructura para infocomunicación, con el objetivo de ofrecer servicios tecnológicos como: televisión por suscripción, monitoreo de semáforos, seguridad remota comunal o privada, cine en demanda, televisión digital, Internet de banda ancha, tele conferencias, líneas dedicadas de datos, lectura remota, entre otros.

El desarrollo de infocomunicación busca “la construcción de una sociedad de la información centrada en la persona integradora y orientadora al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo y mejora de su calidad de vida”.

La cooperativa ofrece una plataforma de conexión o acceso a los diferentes servicios, tales como televisión por suscripción e Internet en esta primera etapa, pudiéndose expandir a otros servicios de interés como VoIP, IPTV, CCTV (Vigilancia), transferencia de datos.

El servicio de televisión por cable puede ser analógico o digital. Ofrecen 2 paquetes el analógico TV con 81 canales y el *Premium TV* este paquete contiene 104 canales diferentes, 61 canales digitales y 43 analógicos. El servicio de Internet vía Cable Modem, se provee a través de la infraestructura de Coopelesca, que permite la transferencia de información desde y hacia la red.

Es innegable que mediante el desarrollo de esta amplia oferta Coopelesca está contribuyendo en la modernización de la comunicación y el desarrollo de las facilidades de las técnicas de información y comunicación en una vasta región del país.

8.4 LAS TIC Y LAS COOPERATIVAS DE COSTA RICA

Dado el interés de incorporar en el presente informe información sobre el uso de la tecnología de la información y la comunicación en las cooperativas de Costa Rica, se llegó a un acuerdo con la Dirección Ejecutiva del Centro de Estudios y Educación Cooperativa (Cenecoop) para agregar un capítulo sobre el tema de las TIC en la encuesta nacional que encargó a la empresa Borge & Asociados, para efectos del Diagnóstico para la definición estratégica de esa entidad para el periodo 2012-2014.

La encuesta fue realizada durante los meses de diciembre del 2011 y enero del 2012, mediante entrevista telefónica a los gerentes de una muestra

seleccionada del listado nacional de cooperativas activas. Para garantizar la representatividad de los diversos sectores y modalidades, se diseñó la muestra bajo los siguientes criterios: a) Por sector de actividad económica; b) Ubicación geográfica y c) Tipo o modelo de cooperativas. En este aparte, se consideraron básicamente las cooperativas tradicionales, autogestionarias y cogestionarias. No se tomaron en cuenta las estudiantiles y escolares, por su naturaleza y por efectuarse la encuesta en el periodo de vacaciones escolares.

La encuesta se realizó mediante entrevistas telefónicas a los gerentes de las cooperativas. Cada entrevista duró en promedio 25 minutos. El personal responsable de las entrevistas fue debidamente capacitado y supervisado. Se aplicó un cuestionario estructurado, previamente consultado con las autoridades de PROSIC, a fin de incorporar los principales ítems acostumbrados en el estudio del desarrollo de las TIC a nivel de empresas y organizaciones sociales del país.

Sobre la cobertura del estudio

De acuerdo con los objetivos del estudio, la encuesta cubrió a un total de 201 cooperativas que constituyen el 38% del total de cooperativas de primer grado (según el Registro de Organizaciones Sociales del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social al mes de enero del 2012 están inscritas 531 cooperativas activas).

Los informantes en cada una de las cooperativas fueron los gerentes, excepto en un caso que fue entrevistado el Subgerente de la cooperativa. Lo anterior significa que la información obtenida procede de la máxima autoridad ejecutiva de cada una de las cooperativas.

Del total de cooperativas cubiertas, un 28.7% procede de la provincia de San José, un 26% de la

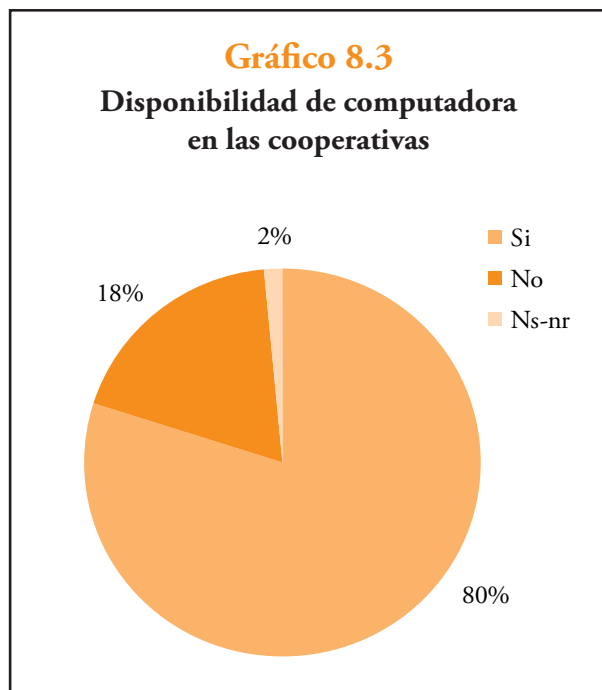
provincia de Alajuela, un 19% de Puntarenas, seguido por Guanacaste (8%), Cartago (7.8%). Limón (6.9%) y Heredia (3.2%). En términos generales, esa localización corresponde a la distribución de los organismos cooperativos, que se concentran básicamente en la Gran Área Metropolitana.

Del total de cooperativas un 22.9% corresponde al sector agrícola, agropecuario, que cubre a pequeños y medianos productores de café, granos básicos, ganado vacuno y que se localizan en la periferia rural del país. Asimismo, por lo general prevalece el modelo autogestionario. En segunda instancia se localiza el sector de ahorro y crédito con un 20.9% del total de las cooperativas encuestadas. El 14.9% corresponden a las de comercialización y consumo, seguida por las de servicios múltiples (13.9%) del sector industrial (9.5%) y transporte. La muestra también incluyó las cooperativas de pesca, vivienda, electricidad, salud y turismo.

Desde el punto de vista del tamaño de las cooperativas según número de asociados, la muestra se distribuye en tres grandes segmentos: Un 30.8% corresponde a empresas con menos de 30 asociados –la mayoría proveniente de las de autogestión– un segundo segmento del 30.8% pertenece a cooperativas de 30 a 100 asociados, básicamente de productores, transporte y servicios. El tercer sector, constituido por el 36.3% corresponde a las cooperativas con más de 100 miembros, entre las que destacan las de ahorro y crédito, comercialización y consumo, entre otras.

8.4.1 Disponibilidad de computadoras

Como se muestra en el siguiente gráfico, del total de cooperativas estudiadas, el 80.1% indicó disponer de computadoras para la gestión de la empresa.



Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

Analizada la información por sector cooperativo, se encuentra que los sectores que informaron tener computadoras en todas las cooperativas son el de electricidad, en el que sobresalen las cooperativas productoras y distribuidoras de energía eléctrica, tales como Coopesca, Coopesantos, y Copeguanacaste. Igual en lo que corresponde a cooperativas del sector salud, especialmente las cooperativas que administran las clínicas del Seguro Social, tales como Coopesain, Coopepavas, entre otras. En segunda instancia se localizan las cooperativas de ahorro y crédito que en un 95% informaron disponer de equipo de cómputo. Esta relación es comprensible en tanto la actividad principal y esencial de estas es el negocio financiero en volúmenes importantes, lo que requiere del procesamiento de los datos por vía electrónica.

En tercera instancia se ubican las cooperativas de transporte, sector en el que un 87% de las cooperativas dispone de computadora para administrar los servicios y la gestión empresarial. El sector de servicios múltiples informa que un 82% de sus cooperativas disponen de equipo de cómputo. Estas combinan asistencia técnica, capacitación y crédito, razón por la cual requieren ese tipo de equipo.

En el caso de las cooperativas de producción agrícola y agropecuaria, llama la atención que disponen de equipo de cómputo el 76.1% de las empresas, lo que indica un avance significativo, dado que la gestión principal es la producción y procesamiento de productos agrícolas, lo que supone que las computadoras contribuyen en los procesos de registro, inventario y probablemente para llevar las cuentas de los productores asociados a las cooperativas del sector.

Similar situación se observa en las cooperativas de comercialización y consumo, porque un 72.4% del sector dispone de equipo de cómputo. En ese sentido es igualmente comprensible la necesidad del equipo por los volúmenes de manejo de mercancía y productos que manejan, además de la necesidad de registrar electrónicamente las cuentas tanto de ventas como de compras, que por lo general son volúmenes muy amplios. A diferencia de los anteriores sectores, los que muestran menores índices de disponibilidad de computadoras son las cooperativas de pesca –la mayoría de tipo artesanal– y las dedicadas al turismo.

Analizada la información según modelo de cooperativa, las que disponen mayormente de computadoras, son las tradicionales (90%), en segunda instancia las cogestionarias (75%) y en tercer lugar las autogestionarias (70%).

8.4.2 Empleados con disponibilidad de computadora

Según los resultados del estudio, en un 55% de las cooperativas los que tienen disponibilidad a computadora son 5 o menos empleados; por otra parte, en un 12% de las cooperativas esta posibilidad la tienen de 11 a 20 empleados, un 4% indica que el acceso a la computadora se desplaza de 21 a 30 empleados y en un porcentaje similar (4.5%) la disponibilidad a computadora, alcanza a más de 30 empleados de la empresa. Los datos anteriores indican que si bien 8 de cada 10 cooperativas disponen de computadoras, en poco más de la mitad de las empresas este acceso es relativamente restringido, en tanto cubre grupos reducidos del personal.

Cuadro 8.5
Número de empleados con disponibilidad de computadora

De 0 a 10 empleados	55,2%
De 11 a 20 empleados	11,9%
De 21 a 30 empleados	4,0%
Más de 30 empleados	4,5%
No aplica	19,9%
Ns-nr	4,5%

Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

En ese marco de relación, resulta comprensible que en el segmento en el que se observa menor número de empleados con acceso a computadora, se destacan las cooperativas de comercialización y consumo y las de producción agrícola y agropecuaria. Aun en el sector de las cooperativas de ahorro y crédito, se observa que en un 35% de las empresas tienen acceso a computadoras

únicamente 5 o menos empleados. Analizando la información según modelo cooperativo, igualmente, se observa tanto en las cooperativas tradicionales como en las autogestionarias la tendencia a que tienen acceso o disponibilidad a computadora un reducido número de empleados.

8.4.3 Empleados con conexión a Internet

Como se verifica en el siguiente cuadro y según la información brindada por los gerentes, el acceso de los empleados a Internet, tiene relación con la disponibilidad de computadora, pues en un 54% de las cooperativas tienen acceso 10 o menos trabajadores a este tipo de servicio.

Por otra parte, en un 11% de las cooperativas tienen acceso a Internet de 11 a 20 empleados y en un 8% de las empresas, tienen acceso al servicio de Internet más de 20 empleados.

Como es predecible, el 30% de las cooperativas de ahorro y crédito es en las que se localiza mayor número de empleados con acceso a Internet. En el caso de las cooperativas de electricidad, son las únicas en las que el número de colaboradores con acceso a Internet es más de la mitad de los empleados.

Cuadro 8.6
Número de empleados con acceso a Internet

De 0 a 10 empleados	54,7%
De 11 a 20 empleados	11,9%
De 21 a 30 empleados	3,5%
Más de 30 empleados	4,5%
No aplica	19,9%
Ns-nr	5,5%

Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

8.4.4 Medio de conexión a Internet de las cooperativas

Como se observa en el siguiente cuadro, la mayoría de las cooperativas utilizan el servicio de ICE para tener acceso a Internet. No obstante se utilizan otros medios, dependiendo de la facilidad o necesidad en cada caso.

A continuación se presenta con mayor detalle las diversas opciones a las que recurren las cooperativas para acceder a este importante servicio.

Cuadro 8.7 Medio de comunicación de las cooperativas al servicio de Internet	
Conexión telefónica	10,0%
Conexión por celular	1,0%
Cable modem	8,5%
Conexión inalámbrica fija (wifi)	5,0%
Conexión inalámbrica móvil (celular)	1,5%
Conexión dedicada (ATM, Frame Relay)	3,5%
ICE	32,8%
Data Card	3,5%
Racsa	2,0%
Conexión privada	0,5%
Amnet	2,0%
No aplica	19,9%
Ns-nr	10,0%

Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

Analizando el medio de conexión de las cooperativas a Internet, se observa que el segmento mayoritario (34%) la efectúan por medio del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE). En

este segmento se destacan las cooperativas de salud, turismo y electricidad, dado que un 50% de esas empresas se conectan a Internet vía ICE. Similar situación se observa en el caso de las cooperativas de ahorro y crédito, sector en el que un 40% se conecta por medio de los servicios que brinda esa institución del Estado.

Un segundo grupo logra el uso de Internet mediante la conexión telefónica, utilizada por cerca de un 10% de las cooperativas, especialmente en el caso de las cooperativas de transporte (25%) e industriales (15.8%).

De acuerdo al modelo de cooperativa, las que tienen mayormente conexión vía ICE, son las del sector de cogestión (50%) y las de autogestión (37%). Las cooperativas que utilizan mayormente la conexión telefónica son las cogestionarias (25%) y las tradicionales (17%).

Un 8.5% de las cooperativas se conectan mediante Cable Modem, especialmente las de electricidad, agua y gas, seguidas por las de vivienda. Un 5% utiliza la conexión inalámbrica fija (WIFI), especialmente las de vivienda (33%) y las de comercialización y consumo (10%).

8.4.5 Uso más frecuente de la Internet

Como se observa en el siguiente cuadro, el uso de Internet en las cooperativas de Costa Rica es muy variado y muestra que una gran parte de la gestión empresarial y las relaciones internas y externas se efectúan por este medio expedito y de fácil acceso. Al consultar a los gerentes sobre los diversos usos del servicio de Internet en las cooperativas, se tienen los siguientes resultados:

Cerca del 69% de las cooperativas utilizan Internet para **buscar y obtener información**, lo que

representa un avance importante en la dinámica de las empresas del sector, en tanto tienen acceso a información actualizada, veraz y verificable, aumentando la pertinencia en la toma de decisiones estratégicas.

Cuadro 8.8
Uso más frecuente de Internet
por parte de las cooperativas

USO DE INTERNET	Si	No
128. Buscar u obtener información	69,2%	3,0%
129. Enviar o recibir correos electrónicos	69,2%	2,5%
130. Para tratar con instituciones públicas	64,7%	7,0%
131. Observar el comportamiento del mercado	55,7%	15,4%
132. Formación y aprendizaje	54,7%	16,4%
133. Monitoreo de la empresa	52,7%	18,4%
134. Acceder a herramientas para el negocio	57,7%	13,9%
135. Para investigación y desarrollo	54,7%	16,9%
136. Para reclutamiento de personal	27,4%	43,8%
137. Uso de llamadas telefónicas por Internet/VoIP	20,9%	50,7%
138. Uso de videoconferencias	18,4%	53,2%
139. Uso de mensajería instantánea o espacios de discusión	34,3%	37,3%
140. Obtener información de organizaciones gubernamentales	60,7%	10,4%
141. Interacción con organizaciones gubernamentales	39,8%	31,3%
142. Acceso a la Banca electrónica u otros servicios financieros	60,2%	11,4%
143. Uso de redes sociales para promover la cooperativa	40,3%	31,3%
144. Uso de computación en la nube	10,0%	57,7%
145. Obtener información de bienes y servicios	55,7%	15,4%

Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

Esa práctica se localiza principalmente en el cien por ciento de las cooperativas de electricidad y vivienda. Seguidamente el uso de Internet se localiza también en el 83% de las de transporte y en el 80% de las de ahorro y crédito. Asimismo, se observa que ese tipo de uso de Internet es practicado por el 73% de las cooperativas de servicios múltiples y de manera frecuente las del sector de producción agrícola y agropecuaria.

Según el modelo cooperativo, el uso de Internet para **buscar y obtener información**, corresponde mayormente a las cooperativas tradicionales (79%) y en menor grado en las cogestionarias (75%). En el caso de las autogestionarias ese tipo de uso se localiza en el 50% de las cooperativas.

Cerca de un 70% de ellas utilizan Internet para **enviar o recibir correos electrónicos**. En este tipo de uso de la Internet, se destacan principalmente las cooperativas de salud, electricidad, y vivienda dado que todas las empresas lo usan cotidianamente. En el caso del sector de ahorro y crédito el envío o recepción de correos electrónicos se efectúa en un 85% de las cooperativas, porcentaje similar a las dedicadas al transporte.

Es menor el uso de Internet para el envío y recepción de correos electrónicos en las cooperativas del sector industrial y de pesca, probablemente por el tipo de actividad principal que no requiere o facilita este tipo de proceso de comunicación.

Un 64% utiliza Internet para **tratar con las instituciones públicas**. El dato anterior, indica que, aparentemente, las empresas cooperativas están respondiendo de manera positiva a los esfuerzos que se realiza a nivel del Estado por el

establecimiento del Gobierno Digital, lo que representa mayor economía, eficiencia y eficacia en los trámites gubernamentales, en beneficio de la gestión y mayor productividad empresarial.

Esa práctica es más frecuente en las cooperativas de ahorro y crédito (85%), las dedicadas al transporte (75%) y en menor grado, pero importante por parte de las cooperativas agrícolas y agropecuarias, sector en que lo efectúa un 60%. Ese tipo de uso es frecuentado por el cien por ciento de las cooperativas de electrificación, gas, agua y vivienda. Analizados los resultados según modelo cooperativo, el uso más frecuente para tratar con las instituciones se localiza principalmente en las cooperativas tradicionales (75%), cogestionarias (75%) y en menor frecuencia por las autogestionarias (46.6%).

Un 55.7% utiliza Internet para **observar el comportamiento del mercado**. Resulta muy significativo que más de la mitad de las cooperativas del país, utilicen esta herramienta para verificar el comportamiento del mercado, en tanto obtienen información de importancia estratégica para su gestión, además que corresponde a datos actualizados y valederos. Lo anterior contribuye a disminuir la incertidumbre e incidir en el mercado con mayor certeza y seguridad.

Analizado el resultado de la consulta, por sectores, resulta que las cooperativas de electricidad, gas y agua, frecuentan en su totalidad el uso de Internet para observar el comportamiento del mercado; el segundo sector que mayormente acostumbra ese uso es el de ahorro y crédito, con una frecuencia del 71%, seguido por el 64% de las de servicios múltiples, el 62% de las de transporte. Asimismo, acostumbra analizar el mercado mediante Internet el 56% de las agropecuarias y agrícolas.

Según el modelo de cooperativa, se observa que el segmento de mayor uso corresponde a cooperativas tradicionales (67%) y en segunda instancia las cooperativas autogestionarias (41%).

El uso de Internet para **efectos de formación y aprendizaje** de los miembros de las cooperativas, es frecuentado por el 54% de las cooperativas. El hecho que más de la mitad de las cooperativas del país utilicen Internet para la formación de sus miembros, representa un importante avance en términos de la necesaria actualización de sus recursos humanos, bajo modalidades innovadoras, de fácil acceso y de menor costo que la capacitación presencial.

De ese segmento se destacan las cooperativas de ahorro y crédito, dado que un 76% acostumbran usar ese procedimiento para formar y capacitar tanto al personal como a los dirigentes y asociados; el otro sector que se distingue es el de producción agrícola y agropecuario, en las que un 56% de las cooperativas recurren a Internet para cubrir esas necesidades. Esa tendencia es mayor entre las cooperativas tradicionales (69%) y en menor grado entre las autogestionarias (39%).

El uso de Internet para **efectos de monitoreo de la empresa** es utilizado por un 52% de las cooperativa. Resulta de gran importancia que estas estén incorporando en su quehacer empresarial el monitoreo como práctica habitual, pues les permite posicionarse en un ambiente altamente volátil y cambiante y evitar incurrir en riesgos por falta de información veraz y oportuna.

En el segmento que practica esta modalidad, se destacan principalmente las de ahorro y crédito, dado que lo usan para monitorear su gestión el 71%, seguidas por las de servicios múltiples (60%) transporte (68%) y en menor grado por las de comercialización (41%), agrícolas y agropecuarias (43%).

Por modelo de cooperativas las que usan Internet para monitorear a la empresa son básicamente las cogestionarias (75%) y las tradicionales (64%).

El uso de Internet para **acceder a herramientas aplicables al negocio** es acostumbrado por el 57.7%. Es notable que cerca de 6 de cada 10 cooperativas, estén innovando en su quehacer empresarial, mediante el acceso a las herramientas que faciliten y garanticen eficacia en el negocio.

El uso de Internet con ese propósito es acostumbrado en su mayoría por las de ahorro y crédito (76%), de transporte (68%) y las de producción agrícola y agropecuaria con un 54% del total de este sector. De acuerdo con los resultados, el uso de Internet para acceder a herramientas aplicables al negocio, se da mayormente en las cooperativas tradicionales (71%), en las autogestionarias (45%) y en menor grado por las cogestionarias (25%).

El uso de Internet para **Investigación y Desarrollo** es efectuado por el 54.7% de las cooperativas. El hecho que un poco más de la mitad utiliza Internet para investigación y desarrollo, representa un importante avance y refleja una preocupación en el liderazgo gerencial cooperativo para invertir en el mejoramiento de la gestión empresarial y colocarse en condiciones más favorables ante el desafío de la competencia tanto nacional como regional.

De ese segmento, de nuevo las que aparecen con mayor interés en investigar mejoras continuas y acceso a la nueva tecnología son las cooperativas de ahorro y crédito; sin embargo, se observa una preocupación en esa línea también en un 64% de servicios múltiples y un 52% de producción agropecuaria y agrícola.

Los sectores que muestran un menor grado de uso de Internet para **Investigación y Desarrollo** son las cooperativas industriales (31%) de transporte (50%) y de pesca (20%). Siguiendo un patrón observado en el presente estudio, por modelo de cooperativa, las que frecuentan mayormente el uso de Internet para este propósito, son las cooperativas tradicionales (67%) y en menor proporción las autogestionarias (41%).

El uso de Internet para **procesos de reclutamiento de personal** es frecuentado por el 27.4%. De este segmento, resulta interesante observar, que el total de las cooperativas dedicadas a la actividad eléctrica, son las que utilizan con mayor frecuencia Internet para los procesos de reclutamiento del personal. Por otra parte, se destaca las cooperativas de ahorro y crédito, siendo que un 47% del sector aplican ese procedimiento.

Uso de llamadas telefónicas por Internet/VOIP

De acuerdo con los resultados del estudio, el uso de las llamadas telefónicas por medio de Internet/Void no es una actividad frecuente en las cooperativas, pues solamente un 20.9% informó que lo efectúa con relativa cotidianidad.

Esta modalidad de comunicación es indicada por el 50% de las cooperativas de electricidad. En ese segmento también se distinguen las de producción agrícola, según el reporte de un 26% del sector, posiblemente por estar ubicadas en zonas alejadas de la ciudad y por la facilidad del sistema de llamadas por esta vía.

Por otra parte, se observa en este tipo de comunicación una frecuencia relativamente baja en las cooperativas de ahorro y crédito lo que resulta comprensible, dado que las oficinas centrales de este tipo de empresas se localizan

en centros urbanos y ciudades con plenitud de servicios públicos.

Profundizando sobre el tema de Internet y la utilización en las cooperativas estudiadas, se sometió a consulta las distintas modalidades de uso de este medio de comunicación, obteniéndose los siguientes resultados.

Internet para videoconferencias

En realidad el uso de Internet para interactuar mediante videoconferencia, es relativamente bajo, dado que solamente un 18.4% de la muestra respondió afirmativamente. Sin embargo, es interesante notar que es una actividad frecuentada en un 30.4% de las cooperativas de producción agrícola y agropecuaria e inclusive en un 30% de las del sector de servicios múltiples. Por otro lado, en las de salud el uso abarca a todas las cooperativas.

Según el modelo cooperativo, el uso de la videoconferencia aparece como actividad en el 22% de las tradicionales, siendo menor entre cooperativas autogestionarias (17%) y en ningún caso entre las cooperativas autogestionarias.

Internet para mensajería instantánea

Se observa un porcentaje más alto en el uso de Internet para mensajería instantánea o espacios de discusión, actividad frecuentada por un 35% de las cooperativas. Sin embargo, ese uso aparece mayormente en las cooperativas de vivienda (66%), turismo (50%) y, en menor proporción, las de ahorro y crédito (41%), y agrícolas (40%). Por modelo de cooperativas, resulta más usual entre las autogestionarias (50%) y tradicionales (40%).

Internet para obtener información

A diferencia de los dos ítems anteriores, resulta significativamente mayor el uso de Internet para obtener información de las organizaciones gubernamentales, pues según lo informado por los gerentes esta actividad se acostumbra en el 61% de las cooperativas. Igualmente es un uso más frecuente entre las cooperativas de ahorro y crédito –73%– de servicios múltiples (60%) y de producción agrícola (57). Asimismo, resulta un uso menos frecuente en las cooperativas industriales (35%) y de turismo (50%).

Por modelo de cooperativa, las que utilizan en forma más frecuente Internet para comunicarse con las instituciones del Estado son las cooperativas (71%) y en segunda instancia, la mitad de las cogestionarias.

Internet para interactuar

El uso de Internet para interactuar con los organismos gubernamentales, resulta menos frecuente en las cooperativas, pues solo un 41% de las respuestas fueron afirmativas. Sin embargo, al analizar los resultados por sector, se verifica que las que frecuentan mayormente el uso de Internet para interactuar con organismos gubernamentales son las de turismo (50%), vivienda (66%) y ahorro y crédito (58%), probablemente por la necesidad de gestionar o resolver temas relacionados a su gestión. Por otra parte, las cooperativas de menor frecuencia en esta intercomunicación son las del sector industrial (23%), agropecuario (35%) y de pesca (40%).

Internet para servicios financieros

Resultado de la apertura servicios de banca electrónica en la mayoría de los bancos que operan en el país –especialmente por parte de los bancos del Estado –se verifica en el presente estudio que

un 61% de las cooperativas utilizan este servicio para atender las operaciones con sus cuentas bancarias y efectuar otras operaciones financieras, presumiblemente como pago de servicios públicos, transferencias, etc. Es obvio que este vínculo es mayor en las cooperativas del sector de ahorro y crédito, que alcanza el 85% de las cooperativas. Sin embargo, también se observa que un 54% de las del sector de producción agrícola y un 58% del sector transporte también frecuenta el acceso a la banca por medio de Internet.

Llama la atención que según tipo de cooperativa, el uso más frecuente en este tipo de servicio de Internet se localiza en las cogestionarias (75%) aunque el porcentaje en las tradicionales resulta igualmente alto (73%).

8.4.5 Aplicaciones y servicios TIC

Uso de las redes sociales para promover las cooperativas

Según los resultados del estudio esta modalidad de uso de Internet es menos habitual en las cooperativas, pues únicamente un 41% de los gerentes informa que hacen uso de Internet para tal efecto.

Dentro de las cooperativas que utilizan las redes sociales para promover los servicios de la cooperativa, se destacan las cooperativas dedicadas al turismo, dado que un 50% se aprovecha para ofrecer sus servicios. Igualmente sucede con las que brindan servicios de transporte, pues un 58% utilizan este medio para ofrecer los servicios o comunicarse con los clientes. Aún un 43% de las de ahorro y crédito se promueven o toman presencia a través de las redes sociales. Según el modelo de cooperativa, este servicio es más frecuente en las cooperativas tradicionales (48%).

Uso de la computación de las cooperativas en la “Nube”

Probablemente por la novedad en esta modalidad de los servicios que se ofrecen en el campo de la informática y la comunicación, solamente un 10% de las cooperativas informaron que utilizaban esta posibilidad.

Por sectores este uso de Internet aparece principalmente en las de vivienda (66%) y por la mitad de las dedicadas a la electricidad.

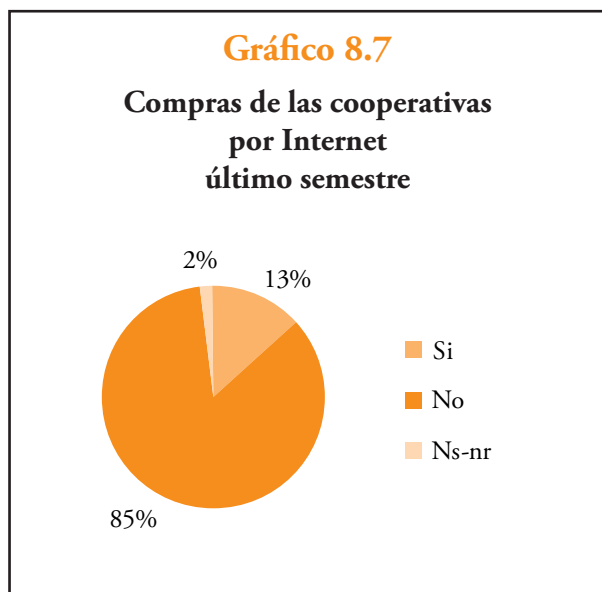
Igualmente, contrario a la tendencia de las de ahorro y crédito de utilizar mayormente las alternativas de Internet, en este caso se mantienen dentro del promedio del resto de las cooperativas, dado que solo un 10% informó que utilizan el recurso de la “Nube”. Similar fenómeno se observa en lo que corresponde a las agrícolas, dado que solamente un 6.7% informaron colocar información clasificada en la “Nube” por medio de Internet.

Obtención de información sobre bienes y servicios por Internet

Este uso de Internet es acostumbrado por más de la mitad de las cooperativas (55%), especialmente por el 65% de las cooperativas de ahorro y crédito, un 58% de las cooperativas de transporte y un 57% de las cooperativas agrícolas y agropecuarias. Asimismo, esta modalidad de uso de Internet se observa mayormente en las de tipo tradicional (61%).

8.4.6 Disponibilidad y usos diversos de la página web

Como se muestra en el siguiente gráfico, la mayoría de las cooperativas estudiadas no disponen de página web, pues solamente un 36% indicó disponer de ese servicio.



Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

Analizando con mayor detalle la información obtenida, de las cooperativas que disponen página web se localizan principalmente las de electricidad, así como un 66% de las de vivienda y el 53% de las de ahorro y crédito. Si se relaciona esta tendencia con el tipo de gestión que ofrecen estos tres sectores de cooperativas es comprensible el uso de la página web en tanto es una clara posibilidad de ofrecer servicios y mantener una relación permanente, variada y útil para los usuarios de los servicios y programas.

Por el contrario, las que aparecen con menor disposición de la web son las industriales (11%), sector en el que prevalecen pequeñas empresas de microempresarios dedicados a servicios y a la artesanía. Se verifica asimismo una baja proporción de páginas web en las cooperativas de comercialización y consumo (24%) y las agropecuarias (28%), que por su naturaleza mantienen relaciones más cercanas con consumidores y productores, por lo que aparentemente no les ha sido urgente disponer

de ese servicio de vinculación con públicos más amplios. Por tipo de cooperativas, la página web se dispone en un 46% de las tradicionales y apenas un 20% de las autogestionarias. Ninguna de las de modelo cogestionario informó disponer de ella.

Sobre el uso de la página web en las cooperativas

Según se desprende del siguiente cuadro, aunque en términos generales el uso de la página web es relativamente bajo, para algunas funciones y dependiente del sector de actividad, aparece con cierto nivel de importancia, tema que se aborda a continuación.

En términos de uso y sector, la página web, un 35% del total de cooperativas la utiliza para brindar información del negocio de la empresa, especialmente un 53% por parte de las de ahorro y crédito. Esa modalidad de uso lo acostumbra igualmente el 66% de la vivienda, que como se indicara anteriormente, lo utilizan como estrategia de oferta de sus programas y servicios al público.

Por otro lado, se verifica que este web resulta en menor proporción como medio para prestar servicios a los clientes y asociados, pues solamente una cuarta parte de las cooperativas respondieron tener ese tipo de beneficio.

Sin embargo, de esa cuarta parte el uso de la página web para brindar servicios a clientes y asociados aparece utilizado por el cien por ciento de las cooperativas de salud, la mitad de las de turismo y una proporción similar por parte de las de electricidad. Analizados los resultados en otra línea de uso de la página web, se encuentra que es poco usual que las cooperativas la utilicen para realizar compras a proveedores. En realidad, únicamente un 10% la utilizan para tal efecto.

Cuadro 8.9
Principales usos de la página web en las cooperativas

USO DE LA PAGINA WEB	Si	No	NA
148. Brindar información del negocio de la cooperativa	34,8%	1,5%	63,7%
149. Proporcionar servicios a los clientes y asociados	26,4%	10,0%	63,7%
150. Realizar compras a proveedores	10,4%	25,9%	63,7%
151. Distribución y venta de productos en línea (Comercio electrónico)	10,0%	25,9%	63,7%
152. Reclutamiento de personal	10,4%	25,9%	63,7%
153. Capacitación de personal	10,4%	25,9%	63,7%
154. Medio para que los clientes den su opinión	23,9%	12,4%	63,7%

Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

Por otro lado, se verifica que este web resulta en menor proporción como medio para prestar servicios a los clientes y asociados, pues solamente una cuarta parte de las cooperativas respondieron tener ese tipo de beneficio.

Sin embargo, de esa cuarta parte el uso de la página web para brindar servicios a clientes y asociados aparece utilizado por el cien por ciento de las cooperativas de salud, la mitad de las de turismo y una proporción similar por parte de las de electricidad. Analizados los resultados en otra línea de uso de la página web, se encuentra que es poco usual que las cooperativas la utilicen para realizar compras a proveedores. En realidad, únicamente un 10% la utilizan para tal efecto.

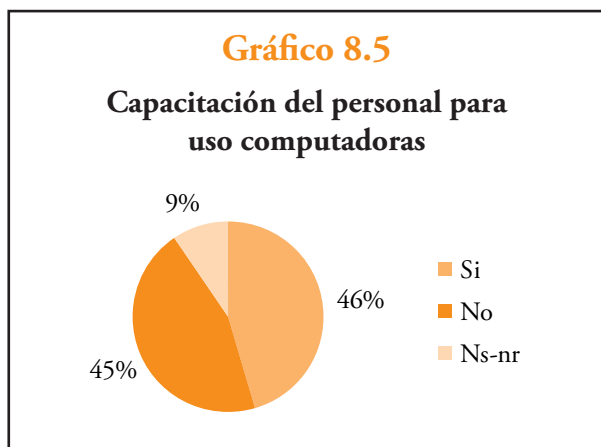
De ese reducido segmento se destaca el 40% de las cooperativas dedicadas a la pesca, un 25% de las de transporte y el 100% de las dedicadas a la producción y distribución de electricidad. Igualmente resulta poco frecuente que utilice la página web para el comercio electrónico. Esa

práctica aparece mencionada solamente por un 10% de las cooperativas, siendo mayor en las del sector agropecuario (15%) pesca (40%) y vivienda (66%) y, en menor grado las de ahorro y crédito (12%).

Solo un 11% de las cooperativas acostumbran utilizar la página web para la capacitación del personal, especialmente las de salud (50%), vivienda (33%) y de ahorro y crédito (24%). Cerca de una cuarta parte utilizan esta para recoger las opiniones de los clientes sobre los servicios de la empresa. Este uso resulta más frecuente en las de salud, electricidad, transporte y ahorro y crédito.

8.4.7 Capacitación relacionada con el uso de las computadoras

Según el testimonio de los gerentes y como se verifica en el siguiente gráfico cerca de la mitad de las cooperativas (46%) han promovido la capacitación del personal para el uso de las computadoras, lo que refleja el interés de invertir en el capital social por medios modernos.



Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

Esas acciones se localizan principalmente en las empresas dedicadas a servicios de electricidad, las de ahorro y crédito (58%) y en el 48% de las de comercialización y consumo. Inclusive es interesante observar que la capacitación para el uso de computadoras aparece en el 46% de las agropecuarias y agrícolas, lo que refleja el interés creciente de estas organizaciones de ponerse a altura de los avances tecnológicos.

Es interesante observar que las cooperativas que han decidido capacitar al personal para el uso de las computadoras son principalmente autogestionarias (el 75%), que en su mayoría comprenden pequeñas empresas artesanales, de servicios y constituidas en un gran porcentaje por mujeres.

8.4.8 Ventas de las cooperativas por Internet

De acuerdo con el resultado del estudio es poco usual entre las cooperativas del país realizar ventas por Internet. Eso se refleja –como se observa en el siguiente gráfico– en el hecho que solo un 7% indicó realizar ese tipo de

transacción por Internet, como se muestra en el siguiente gráfico.

También se observa que las cooperativas que efectúan con mayor frecuencia esas operaciones están constituidas por el 40% de las dedicadas a la pesca y un 13% de las del sector agropecuario y agrícola. Es probable que esto suceda por la necesidad de los cooperativistas de ambos sectores de localizar clientes por la vía Internet por el tipo de productos que ofrecen, que no necesariamente se colocan en mercados convencionales, a además se abre la posibilidad de abrir un espacio al comercio electrónico.



Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

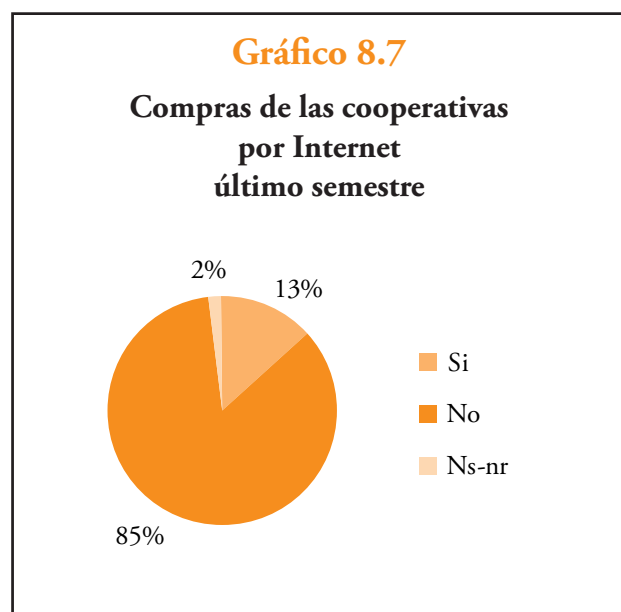
8.4.9 Compras de las cooperativas por Internet

Al contrario de las ventas, según lo indicado por los gerentes, es relativamente más frecuente que las cooperativas realicen compras por Internet.

Como se observa en el siguiente gráfico, un 1% de las cooperativas efectuaron compras vía Internet en el último trimestre.

Esta práctica se observa en el 24% de las de producción agrícola, el 20% de las dedicadas a la pesca. En este caso estas operaciones apenas un 7% del sector ahorro y crédito ha realizado compras por Internet en los últimos tres meses.

En esos términos, resulta que el porcentaje de las operaciones en esta dirección por Internet es relativamente bajo en las operaciones de las cooperativas, pues solo un 8.5% de las compras cubrió el 5% o menos de las operaciones de las cooperativas.



Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

8.4.10 Inversiones de las cooperativas en las TIC

Según el siguiente cuadro, las cooperativas muestran un comportamiento relativamente

variado en términos de inversiones relacionadas con tecnología de la información y comunicación. En principio, se observa que en el último un porcentaje importante ha procedido a la compra de equipo y 6 de 10 cooperativas han invertido en mantenimiento de equipo. Asimismo, un porcentaje similar a invertido para la conexión de Internet e inclusive un 38% ha efectuado inversiones para la capacitación de su personal.

Sin embargo, en áreas relativamente innovadoras, como seguridad informática, uso de software libre e implementación del teletrabajo, las inversiones alcanzan a un sector relativamente pequeño.

Cuadro 8.10
Inversiones de las cooperativas en TIC en el último año

TIPO DE INVERSION	SI	NO	NS/NR
Compra de equipo	55,2	39,3	5,5
Mantenimiento de equipo	60,2%	33,3	6,5
Compra o alquiler de software	23,4	70,1	6,5
Capacitación de personal	38,3	55,2	6,5
Conexión a Internet	59,2	33,8	7
Licencias y patentes informáticas	29,9	62,7	7,5
Inversiones en Recurso humano	16,4	77,1	6,5
En Uso de software libre	12,4	80,1	7,5
En Seguridad informática	25,4	67,2	7,5
En Implementación de teletrabajo	1,5	89,6	9
Contratación de servicios externos (tercerización)	33,8		

Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

A continuación, se profundiza en el tema de las inversiones, según las diversas modalidades y tipo de cooperativas.

Compra de equipo: Según la información brindada por los gerentes, un 55% han efectuado inversiones para la compra de equipo de cómputo durante el último año, lo que refleja una disposición alta para mejorar el equipamiento empresarial para los procesos informáticos. Este tipo de inversión ha sido mayoritario en las de ahorro y crédito (73%), de comercialización y consumo (65%) y las de producción agrícola (48%).

Mantenimiento de equipo: En el rubro de mantenimiento de equipo de cómputo se observa que el 61% efectuó inversiones en el último año, especialmente por parte del 78% del sector ahorro y crédito, un 66% de las de producción agrícola y un 55% por parte de las de comercialización y consumo.

Compra o alquiler de software: En lo que corresponde a inversiones en el último año para la compra o alquiler de software, solo un 23% de las cooperativas han efectuado ese tipo de operación. El sector que más se destaca –comprensible por su tipo de actividad–son las de ahorro y crédito, dado que un 39% de las organizaciones efectuaron inversiones en bajo ese concepto.

Formación y capacitación del personal: Las inversiones en el último año por concepto de formación o capacitación de personal en el uso de la tecnología de la información y la comunicación, se verifican en 4 de cada 10 cooperativas, lo que refleja un interés significativo para preparar a los recursos humanos y garantizar que conozcan y apliquen las nuevas tecnologías para mejorar el desempeño de sus labores.

Este interés de inversión en el capital social, aparece mayormente en ahorro y crédito, sector en el que 6 de cada 10 cooperativas han invertido en esa línea. Se observa que todas las del sector salud y 6 de cada 10 del sector de pesca, también han invertido en la formación de su personal en el uso de las TIC.

Inversión para conectarse a Internet: 6 de cada 10 cooperativas informan que durante el último año han realizado inversiones para conectarse a Internet, lo que significa un avance muy importante en el ámbito de la comunicación y sus aplicaciones.

Como es previsible, el sector que más ha invertido es el de ahorro y crédito, pues un 76% realizaron inversiones para conectarse a Internet, lo que responde a la creciente oferta de este tipo de servicio en el mercado de las comunicaciones en el país. En esa tendencia de invertir para conectarse a Internet se verifica también en un 68% de las cooperativas de transporte y un 64% de las dedicadas a los servicios múltiples.

8.4.11 Percepción sobre la contribución del uso de las TIC en las cooperativas

Como se observa en el siguiente cuadro, en términos generales, la gran mayoría de los gerentes de las cooperativas reconocen la contribución de las TIC en la gestión de las empresas; Así, por ejemplo, para cada 4 de 10 gerentes, contribuyen en el aumento de los excedentes (ganancias). Esta opinión aparece más acentuada entre los gerentes de las cooperativas de ahorro y crédito, comercialización y consumo y en un grupo importante de las cooperativas de producción agrícola.

Cuadro 8.11
Percepción de los gerentes sobre la contribución
de las TIC a las empresas cooperativas

Afirmación	De acuerdo	Desacuerdo	NS/NR
172. Ha aumentado los excedentes de la cooperativa	42,8%	44,8%	12,4%
173. Ha reducido el número de empleados	28,4%	58,7%	12,9%
174. Ha disminuido los costos	48,3%	39,8%	11,9%
175. Ha aumentado las ventas	47,3%	37,3%	15,4%
176. Ha facilitado la comunicación con los asociados	76,1%	12,9%	10,9%
177. Ha aumentado la comunicación con clientes y proveedores	78,1%	10,4%	11,4%

Fuente: Encuesta Nacional Gerentes, Cenecoop –Borge & Asociados, enero 2012.

Analizando con mayor detalle la opinión de los gerentes según áreas de gestión de las cooperativas, tenemos los siguientes resultados: La mayor contribución que reconocen los gerentes corresponde al aumento de la comunicación con clientes y proveedores, señalado por 8 de cada 10 gerentes, especialmente de las todas las cooperativas de salud, electricidad y vivienda así como el 85% de los gerentes del sector de comercialización y el 78% de ahorro y crédito. Indican también como importante la contribución a lo tocante a la disminución de costos, señalado por casi la mitad de los gerentes y particularmente por los gerentes de cooperativas de producción agropecuaria, comercialización y consumo.

En cuanto a la reducción del número de empleados como efecto del uso de las TIC, es señalado únicamente por el 25% de los gerentes, siendo más frecuente entre en cooperativas del sector pesca y salud. Este es un tema especialmente sensible en las cooperativas, pues por su naturaleza y composición tienden a ofrecer y mantener oportunidades de empleo para los asociados y sus familiares, especialmente en las áreas de producción y servicios, por lo que ese efecto no

constituye necesariamente una contribución en términos positivos.

En la dimensión en la que sí constituye una real contribución en la gestión de las cooperativas es la reducción de costos como resultado del uso de las TIC, lo que es reconocido por cerca de la mitad de los gerentes. Este efecto es mayormente mencionado por gerentes de las cooperativas de producción agrícola, comercialización y consumo.

Asimismo, un 47% de los gerentes reconoce la contribución de las TIC en el aumento de las ventas en las cooperativas, siendo mayormente señalado por el 61% del sector ahorro y crédito y el 47% de las cooperativas de producción agrícola. Finalmente, el 76% de la muestra reconoce la contribución en los procesos de comunicación interna –dirigentes, asociados y empleados– especialmente en las cooperativas de salud, electricidad, vivienda turismo y transporte.

8.5 CONSIDERACIONES FINALES

Los resultados del presente estudio demuestran que las cooperativas de Costa Rica, han incursionado de manera decidida en la Sociedad de la Información y

el conocimiento, independiente del sector, tamaño o tipo de cooperativa. Si analizamos en forma comparada, el estudio realizado en España con las Cooperativas de la Región de Valencia, existe un porcentaje similar –más de las tres cuartas partes de las cooperativas– con las cooperativas de Costa Rica en disponibilidad de equipo de cómputo.

Debe considerarse que en el caso de las cooperativas de España este posicionamiento en el ámbito de la tecnología de la información es producto del estímulo e impulso proveniente de las instancias estatales tanto de la Unión Europea como del Gobierno de España; en el caso de Costa Rica es resultado básicamente de la decisión del liderazgo cooperativo para colocarse en los niveles de competitividad y modernización en el quehacer empresarial.

Resulta igualmente sorprendente y positivo, verificar que los avances en el mundo tecnológico de la información y la comunicación, no se efectúan únicamente en las cooperativas de mayor tamaño empresarial o bien en los sectores de la economía que requieren con mayor necesidad la incorporación de las TIC –tales como el sector financiero cooperativo, servicios públicos de electricidad, salud, transporte– sino que se logran también en las cooperativas agrícolas, agropecuarias, de consumo, servicios múltiples. Es probable que el sector más rezagado en esta materia lo constituya el de las cooperativas de pesca.

La incorporación de las TIC en la cultura empresarial cooperativa, muestra avances significativos, si se observa que en la mayoría de las empresas el número de empleados que usan computadoras, se conectan a Internet, reciben formación y capacitación sobre computación y disponen de equipo, es significativamente alto. Es

previsible que este proceso de ingreso a la sociedad de la información se acelere en los próximos años, por el aumento en la oferta de alternativas y opciones en equipo tanto fijo como móvil para garantizar mayor eficiencia y eficacia y, por tanto, productividad para las cooperativas tanto productivas como de servicios.

En ese marco, se verifica que Internet constituye el medio de mayor presencia en el sector cooperativo, casi independiente del sector, tamaño empresarial y tipo de cooperativa. Se percibe en este comportamiento empresarial, claridad en el liderazgo social y gerencial de acelerar los procesos de comunicación para aumentar la eficiencia y eficacia en los diversos procesos de la gestión empresarial.

Sobre los usos de Internet, se destacan la búsqueda de información de importancia estratégica, enviar y recibir correos electrónicos, relacionarse con las instituciones públicas, observar el comportamiento del mercado respectivo y efectuar trámites en las instituciones públicas, lo que indica igualmente importantes avances de las cooperativas en el manejo del nuevo mundo de los negocios.

Es oportuno destacar el avance que muestran las cooperativas que incursionan en los diversos sectores de la economía nacional en las relaciones vía Internet con las instituciones públicas, especialmente para efectuar trámites, gestiones, pagos, etc., lo que indica que de una u otra forma, responden al proceso de desarrollo del Gobierno Digital como forma de interactuar de las instituciones públicas con los diversos actores sociales y económicos del país.

Sería interesante que se analice con las autoridades responsables del desarrollo de las nuevas modalidades tecnológicas del sector público, la

conveniencia de ofrecer al movimiento cooperativo iniciativas y estímulos que aceleren este proceso de inserción en el mundo del conocimiento y en la cultura empresarial digitalizada.

Precisamente ese tipo de iniciativas deben emprenderse en el corto plazo para cubrir la brecha cooperativa en materia digital e informática. Por ejemplo, tomar nota que el uso de Internet por parte de las cooperativas es menor en lo que corresponde a investigación y desarrollo, formación de personal, acceso a herramientas para el negocio de las cooperativas y reclutamiento de personal, lo que sin duda constituye una debilidad importante para este sector ante los retos de la competencia y competitividad de sectores más avanzados en las áreas en que se desempeñan las empresas cooperativas. Es esperable que con el transcurso del tiempo este tipo de actividades pueden incrementarse para aumentar la capacidad y el aprovechamiento de estos instrumentos para la gestión cooperativa.

El balance que permite hacer este estudio, indica que en algunos sectores del cooperativismo se evidencia una relativa baja incursión de las empresas en operaciones de venta y compra por Internet, resultado posiblemente que la mayoría de las cooperativas tienen relaciones de servicio y respaldo principalmente a los asociados, que son a su vez, sus clientes. Obviamente esta relación es muy diferente a las empresas cooperativas que colocan en el mercado grandes volúmenes de producción como la Cooperativa Dos Pinos y Coopemontecillos o de servicios de amplia cobertura, como las cooperativas de servicios públicos de electricidad, gas y servicios similares.

Igualmente, se verifica que la página web no es un medio o instrumento que se haya posicionado en el empresariado cooperativo del país. No solo son

pocas las cooperativas que disponen de ese medio, sino que es poca la aplicación que se efectúa para la gestión empresarial. En esa perspectiva, es un tema que debe ser considerado por parte del liderazgo cooperativo, para efectos de avanzar en la esfera de las comunicaciones.

El avance en el campo de las tecnologías de información y comunicación, se refleja, asimismo, en la información recabada sobre las inversiones para la adquisición de los nuevos instrumentos. Casi todas las cooperativas –independiente del sector, modelo o tamaño empresarial– han realizado inversiones en el último año en adquisición y mantenimiento de equipo, formación de personal, compra de software. Pero lo que sorprende en el ámbito de las inversiones, es el hecho que el 60% de las cooperativas informan que en el último año invirtieron en la conexión con Internet, que constituye, a no dudar, un salto cualitativo.

La contribución de las TIC a la gestión de las cooperativas, es ampliamente reconocida por los gerentes consultados. La mayoría reconoce la bondad de los diversos instrumentos, especialmente el uso de la computación e Internet tanto en los procesos internos como en las relaciones externas. En la percepción de los gerentes, el mayor impacto se localiza en la facilidad de la comunicación con los clientes y proveedores, en la disminución de costos y de manera significativa en el aumento de las ventas, todo lo que redundará en el incremento de los excedentes que, en términos cooperativos, corresponde a ganancias en las empresas de capital. El impacto es menor en lo que corresponde a la disminución de personal, probablemente porque las empresas cooperativas tienen como misión ofrecer oportunidades de empleo a sus asociados y familiares, especialmente en las cooperativas de producción y servicios.

Se espera que los resultados del presente estudio, contribuyan a suscitar un análisis en el movimiento cooperativo costarricense que le permita promover de manera sostenida el desarrollo e implementación de las nuevas tecnologías de la sociedad de la comunicación y la información. Asimismo, que sea

considerado por las autoridades gubernamentales para que se impulsen programas y financiamiento para que las cooperativas del país fortalezcan su capacidad de gestión y aumenten los niveles de competitividad ante los desafíos que le plantea tanto el entorno internacional como nacional.