

# MONOGRÁFICO: Identidad cooperativa: puesta en valor de los elementos diferenciales de la economía cooperativa y solidaria

Marina Aguilar Rubio<sup>1</sup>

## 1. Presentación

Durante los días 7 y 8 de octubre de 2021 se celebró en la Universidad de Almería el XIV Congreso Internacional de la Red Universitaria Euro-Latinoamericana en Economía Social y Cooperativa (Rulescoop) bajo el título “Identidad cooperativa: puesta en valor de los elementos diferenciales de la economía cooperativa y solidaria”, organizado por el Centro de Investigación en Derecho de la Economía Social y la Empresa Cooperativa (CIDES) en el marco del Proyecto de I+D+i de generación de conocimiento «frontera» del Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI 2020), con el título “La reformulación de los principios cooperativos y su adaptación estatutaria para satisfacer las actuales demandas sociales, económicas y medioambientales” (P20\_01278, IUSCOOP)” del que el profesor Carlos Vargas Vasserot es investigador principal. La Universidad de Almería tomó el relevo a la Universidad Autónoma de Querétaro, en México y será sucedida por la Universidad de Santiago de Chile, sede del congreso de 2022. Rulescoop es una red de universidades que se unen a través de sus institutos o escuelas de investigación y formación en el ámbito de la economía social y el cooperativismo, de la que la Universidad de Almería forma parte a través del CIDES. Actualmente, cuenta con una nutrida representación de profesores e investigadores de Latinoamérica y Europa que dedican sus esfuerzos, desde sus distintos campos de estudio, a transmitir los valores de la economía social y solidaria en general y del cooperativismo en particular.

Almería es tierra de cooperativas. El cooperativismo agrario es uno de los motores principales de la economía de la provincia, que destaca por el compromiso con la innovación, el desarrollo y la investigación tanto en el campo de la industria agroalimentaria, en la que es referente internacional en agricultura intensiva, como en el ámbito de la gestión eficiente del agua y del reciclaje de los residuos que genera la propia actividad, avanzando de manera importante en materia de sostenibilidad e higiene rural. En este ámbito, la Universidad de Almería ejerce un papel destacado, transfiriendo tecnología y conocimiento al sector. Y a este fin contribuye decididamente el CIDES desde su creación, ofreciendo investigación, formación especializada de alumnos y transferencia en los ámbitos de la económica social, de las sociedades cooperativas y del desarrollo sostenible y socialmente responsable de las empresas, en lo que se denomina innovación social corporativa. En particular, la función de investigación y divulgación científica va dirigida precisamente a facilitar el conocimiento de los avances que se logren en el marco del centro y la especialización de profesionales capaces de crear, gestionar o asesorar empresas de este tipo, alternativas a las puramente capitalistas y en donde los intereses y las necesidades de las personas son prioritarias. Esta intensa actividad desarrollada por el CIDES le ha hecho merecedor del prestigioso Premio Institucional de los XI Premios a la Investigación y Docencia en materia de organizaciones de participación otorgados por la Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense de Madrid, la red de investigadores especialistas en cooperativas y otras entidades de la economía social más importante de España. El CIDES tiene actualmente en ejecución seis proyectos de investigación en el marco de los que ha realizado numerosos eventos científicos de carácter internacional y multidisciplinar y ha propiciado importantes publicaciones en revistas y editoriales de alto impacto. Así, la sección monográfica que se presenta es un nuevo resultado del Proyecto de I+D+i del Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación PAIDI 2020, antes citado.

El XIV Congreso Internacional Rulescoop contó con distintos ejes temáticos a los que se presentaron medio centenar de comunicaciones. La sección monográfica que se presenta recoge una selección de comunicaciones del eje centrado en “La responsabilidad social corporativa y la identidad cooperativa”, adaptadas por sus autores al formato de artículo científico y sometidas al riguroso proceso de evaluación de

<sup>1</sup> Universidad de Almería, España.  
Dirección de correo electrónico: magui@ual.es.

la revista. En ellos se ofrece al lector una visión amplia de lo que es la economía social y solidaria y las nuevas formas de empresas sociales, para continuar con el debate de la identidad cooperativa y sus aspectos distintivos respecto de otros tipos sociales, para culminar con algunos de los retos a los que se enfrentan en la actualidad.

La sección comienza con el trabajo de Ana Montiel Vargas, que tiene por objeto analizar algunos aspectos de las Empresas B, un novedoso tipo de empresas socialmente responsables que estatutariamente reconocen la orientación de su actividad hacia la consecución de intereses distintos al estrictamente económico. El artículo presentado por Juan Jesús Gómez Álvarez aborda la conceptualización y la delimitación de dos ámbitos –la Economía Social y el Tercer Sector– que presentan contornos comunes y fronteras difuminadas en un momento en el que ambos están desarrollando un papel fundamental, a propósito de la crisis económica y social surgida con motivos de las medidas adoptadas a raíz de la situación de pandemia mundial. La aportación que realiza Antonio José Macías Ruano se adentra ya en la identidad cooperativa, a través de una visión panorámica de la proyección que uno de los valores cooperativos ha tenido en la política legislativa nacional en el ámbito societario: la igualdad. Partiendo de la premisa de que los valores son lo que distinguen a las cooperativas de otras estructuras jurídicas, el autor entiende que el reconocimiento del valor de la igualdad en el marco legislativo nos dará la imagen del nivel de identificación del modelo cooperativo en el mercado. Juan José Rojas Herrero, por su parte, continúa profundizando en la materia de la identidad cooperativa mediante un estudio del caso con el objeto de determinar en qué medida el supuesto que analiza, el patrocinio de un equipo de fútbol profesional, ha coadyuvado a reforzar la identidad colectiva de los socios de la cooperativa Cruz Azul y hasta qué punto las señas de identidad cooperativistas han influido en el ánimo de la afición en general. Para seguir perfilando los contornos cooperativos, es necesario distinguirlos de fórmulas cercanas dentro la economía social, pero que, en función de su diseño estatutario, pueden convertirse en estructuras muy distantes. Así María Gómez Santos presenta un trabajo que se centra en las SAT, analizando su calificación jurídica como entidad propia de la economía social y la problemática suscitada en torno a ella. La sección termina con el trabajo de Daniel Pérez Troncoso, Macarena Pérez Suárez y Isadora Sánchez Torné sobre SMart Ibérica España, una innovadora fórmula cooperativa de impulso empresarial que se centra en actividades de artes escénicas, plásticas y audiovisuales. La economía social y solidaria es el punto de unión de todos ellos, abordada fundamentalmente desde los campos del Derecho y de la Economía.

Solo me queda agradecer a los autores su contribución a esta sección, que permite presentarla como resultado del proyecto de investigación en el que muchos de ellos han participado como miembros, y a la Revista de Estudios Cooperativos por permitirnos hacerlo en un foro científico de primer nivel.

Marina Aguilar Rubio  
Profesora Titular de Derecho Financiero y Tributario  
Secretaria del CIDES  
Universidad de Almería

