



CIRIEC-ESPAÑA, revista de economía pública, social y cooperativa, ISSN 0213-8093
Número 95 (marzo 2019)

¿Cómo percibe la banca cooperativa el impacto de la transformación digital?

P. 11-38

Yakira Fernández-Torres, Milagros Gutiérrez-Fernández & Ricardo Palomo-Zurdo

Resumen

El sector financiero en general, y el bancario en particular, se han caracterizado habitualmente por ser innovadores en la incorporación de la tecnología a sus procesos y servicios. Sin embargo, por primera vez en su historia, la tecnología está originando modos de desintermediación financiera y de capacidad de aportación de servicios que nacen en empresas tecnológicas y no en entidades financieras. La disrupción de las pequeñas empresas fintech; así como la innovación en servicios financieros ofrecidos por los gigantes tecnológicos, parecen amenazar el modelo de negocio tradicional de la banca. En este contexto, la banca cooperativa no es ajena a este fenómeno y vive su propia transformación digital, tanto por la demanda de sus socios y clientes, como por la necesidad de competir frente a esos nuevos actores financieros. Su tradicional arraigo territorial y el conocimiento más personalizado de sus socios y clientes deben hacerse ahora compatibles con los planteamientos de una nueva sociedad digital. Por ello, en este trabajo se ha analizado cuál es la percepción de las cooperativas de crédito españolas sobre la transformación digital, lo que ha arrojado interesantes resultados como: la reconocida necesidad de mejorar en la digitalización de sus procesos internos y externos; su percepción sobre la amenaza proveniente de las grandes empresas tecnológicas; las diferencias en lo que respecta a la digitalización de los socios y usuarios cuando cambia la dimensión de las entidades; así como su papel en la educación financiero-digital de su base societaria y de usuarios.

La transformación digital en el sector cooperativo agroalimentario español: situación y perspectivas

P. 39-70

Javier Jorge Vázquez, M^a Peana Chivite Cebolla & Francisco Salinas Ramos

Resumen

La incorporación de nuevas tecnologías digitales a los procesos de gestión empresarial desempeña hoy en día un factor competitivo determinante en la estrategia de cualquier entidad. Las cooperativas agroalimentarias no pueden quedar al margen de esta oportunidad y, en consecuencia, deben afrontar la transformación digital de sus estructuras no solo para crecer sino también para sobrevivir en un entorno cada vez más cambiante y competitivo. En este trabajo se presenta un estudio exploratorio cuyo objetivo principal se centra en el análisis del uso e implementación de las nuevas tecnologías digitales en las cooperativas agroalimentarias españolas con la finalidad de determinar su grado de transformación digital desde una doble perspectiva: su presencia en internet y los servicios web ofrecidos. Para tal fin, se procede a la revisión de los antecedentes de investigación y posterior estudio centrado en el análisis de un conjunto amplio de parámetros e indicadores sobre el uso de TIC y comercio electrónico que permita determinar la situación del sector cooperativo agroalimentario respecto del conjunto de empresas españolas y realizar un análisis comparativo tanto a nivel territorial como intersectorial. Los resultados obtenidos revelan la existencia de cierto retraso en el grado de transformación digital de las cooperativas agroalimentarias cuya magnitud se encuentra condicionada por el tamaño y el subsector donde desarrollan su actividad.

Juan Diego Borrero

Resumen

Blockchain se ha convertido en una tecnología disruptiva que tiene la capacidad de transformar la industria agroalimentaria, puesto que promete resolver muchos problemas relacionados con la falta de confianza en la trazabilidad y el producto que adquieren los consumidores. Sin embargo, las partes implicadas en la cadena de suministro de productos agroalimentarios son numerosas y están físicamente dispersas, lo que dificulta el manejo de datos e información. Como resultado, el proceso de producción no es transparente y la confianza es difícil de construir. Para ser más exitosas en la economía globalizada actual, las cooperativas deben focalizarse en ofrecer mayor transparencia. Este documento propone un sistema de trazabilidad para una cooperativa agrícola basado en la tecnología blockchain, para resolver la crisis de confianza en la cadena de suministro de los productos agroalimentarios. La aplicación de técnicas de blockchain a la trazabilidad del producto agrario no solo amplía el dominio de la aplicación de la tecnología blockchain, sino que también apoya la generación de confianza entre los diferentes agentes de la cadena. Se exploran las posibles implicaciones del blockchain para los alimentos frescos mediante el desarrollo de una prueba de concepto (PoC) en el ámbito de la trazabilidad agroalimentaria, incorporando, además, la tecnología de los contratos inteligentes. Los hallazgos de la investigación contribuyen a una mejor comprensión de la tecnología blockchain para las diversas partes interesadas en la cadena de alimentos frescos, especialmente para las cooperativas, siendo una oportunidad para la mejora de la reputación y competitividad en una economía altamente globalizada.

Calidad de los sitios web en el sector agroalimentario ecológico y sus factores explicativos: el papel del cooperativismo

P. 95-118

Enrique Bernal Jurado, Adoración Mozas Moral, Domingo Fernández Uclés, Miguel Jesús Medina Viruel y Raquel Puentes Poyatos

Resumen

Los objetivos de este trabajo son examinar en qué medida las empresas españolas del sector de la agricultura ecológica están aprovechando el sitio web como canal de venta, identificar los factores que explican la calidad de estas plataformas virtuales y estudiar la relación de dicha calidad sobre los rendimientos empresariales. Para ello, se ha analizado la website de las empresas de aceite de oliva ecológico españolas, la mayoría de ellas cooperativas, identificando los factores relacionados con la calidad de sus sitios web. Entre dichos factores, se ha prestado una especial atención a la influencia de la forma jurídica cooperativa. Para alcanzar estos objetivos se ha utilizado la técnica QCA (Quality Comparative Analysis) en su variante fuzzy set (fsQCA), junto con otras técnicas estadísticas. Los resultados sugieren que las empresas oleícolas ecológicas, especialmente las cooperativas, presentan una escasa calidad de sus sitios web y que esta calidad está relacionada directamente con la obtención de unos mejores ingresos de explotación. Cabe destacar, que, entre los distintos elementos utilizados para valorar la calidad del sitio web, es la información sobre responsabilidad social corporativa la que se relaciona con más intensidad con los resultados empresariales.

Determinants of success of donation-based crowdfunding through digital platforms: The influence of offline factors

P. 119-142

Noelia Salido-Andrés, Marta Rey-García, Luis Ignacio Alvarez-González and Rodolfo Vázquez-Casielles

Resumen

The purpose of this research consist of exploring the extent to which factors traditionally explaining the success of offline fundraising campaigns for social causes may also influence the success of donation-based crowdfunding (DCF) campaigns promoted by social economy organizations (SEO) through digital platforms. Firstly, factors determining the success of offline fundraising campaigns for social causes are identified from previous literature. Secondly, a set of hypotheses linking these determinants to DCF campaigns is proposed. Thirdly, their explanatory capacity is measured

through quantitative analysis based on a database of 360 campaigns fostered by small, medium and large-size organizations via Microdonaciones, a donation-based crowdfunding digital platform, for the period between 2012 and 2017. Logistic regression analysis is used to test the hypotheses proposed. Results confirm the high explanatory capacity of determinants related to the geographical scope of the campaign, the volume of potential beneficiaries involved –in these two cases in unexpected ways-, and the information provided by the promoting organizations. However, factors related to the timing of the campaigns do not influence their success. This research suggests that not only the funding channels and tools but also the nature of the fundraising campaigns themselves have been digitally transformed. Implications of this research may assist SEO in establishing effective relationships with new digital donors in order to achieve sustainable growth.

Digitalización, monitorización y evaluación del impacto de la Economía Social. Análisis en el Tercer Sector de Acción Social español: el caso de Juntos por el Empleo

P. 143-160

Mercedes Valcárcel-Dueñas & Marta Solórzano-García

Resumen

Durante los últimos años se han elaborado numerosos estudios sobre la necesidad de que las entidades del Tercer Sector de Acción Social (TSAS) desarrollen habilidades para comunicar y demostrar sus resultados y la eficiencia en el desempeño de su actividad. En este proceso, la monitorización y la evaluación se convierten en actividades claves para hacer partícipes a los distintos grupos de interés del impacto por ellas generado. Junto a esto, la sociedad ha vivido una evolución digital que ha generado cambios profundos en todos los ámbitos, grupos e individuos. Partiendo de un análisis realizado desde la teoría institucional y la teoría de la dependencia de recursos para poner en valor la importancia que adquiere este proceso dentro del contexto de los requerimientos de los financiadores y de los grupos de interés en general, planteamos la necesidad de identificar las nuevas herramientas digitales y formas de trabajo con las mismas que pueden apoyar la realización de la evaluación en las entidades del TSAS y que ésta sea de utilidad para el cumplimiento de la misión y los objetivos de las organizaciones. Analizamos el caso de Juntos por el Empleo, iniciativa promovida por la Fundación Accenture junto a varias organizaciones sociales, empresas y administraciones públicas, cómo práctica de interés en la implementación de nuevas herramientas digitales que han facilitado el trabajo compartido de gestión y evaluación de sus proyectos sociales. El enfoque de impacto colectivo se descubre como una nueva forma, colaborativa y estructurada, necesaria para abordar los problemas a los que se enfrenta el TSAS.

Mejorando el bienestar de la sociedad a través del cooperativismo de plataforma

P. 161-190

Carmen Esther Falcón-Pérez & Juana Fuentes-Perdomo

Resumen

Una característica diferenciadora de la economía colaborativa es el uso de las nuevas tecnologías por diferentes agentes que persiguen un objetivo común. Esta revolución digital plantea un reto a las organizaciones de la economía social. El objetivo de este trabajo es analizar cómo el cooperativismo de plataforma puede ser una vía adecuada para llevar a cabo la mejora del bienestar social en barrios vulnerables. Con el fin de promover la renovación y mejora de los barrios es necesario una participación activa de los ciudadanos y de la administración pública; de hecho, uno de los elementos claves en la obtención de la mejora de la calidad de vida es la implicación de los residentes que, en muchas ocasiones, son los que proponen los cambios y la renovación en sus barrios con deficiencias importantes de habitabilidad y consumo energético, problemas de accesibilidad y carencia de servicios. Hace falta, pues, recuperar la ciudad consolidada a través de la rehabilitación y regeneración urbana. El cooperativismo de plataforma puede facilitar la participación pública de los distintos actores intervinientes en los procesos de rehabilitación urbana como residentes (a título individual o asociados), administraciones públicas, cooperativas y otros usuarios, promoviendo que se involucren de manera activa en el diseño y seguimiento de los proyectos de regeneración urbana, a través del uso de la plataforma digital. El cooperativismo de plataforma puede ser el nexo de unión entre los valores cooperativos y la revolución digital encaminados a promover la mejora del bienestar de la sociedad.

¿Es la tecnología blockchain compatible con la Economía Social y Solidaria? Hacia un nuevo paradigma

P. 191-216

August Corrons Giménez & Marta Gil Ibáñez

Resumen

La significativa evolución que las tecnologías de la información han experimentado en los últimos años ha afectado a todos los sectores, incluido el de la Economía Social y Solidaria. El desarrollo emergente de la tecnología blockchain y sus posibilidades para modificar las formas de colaboración solidaria de la ciudadanía, presentan un reto actual y un cambio de paradigma para el Tercer Sector. El objeto del presente artículo es analizar las posibilidades existentes de que ambos ámbitos compartan valores, principios y objetivos. Para ello, en primer lugar y como punto de referencia, se presentan los conceptos de Economía Social y Solidaria y de blockchain. A continuación, se presentan las compatibilidades de ambos ámbitos y se relacionan sus componentes. Por último, el artículo finaliza con un apartado de conclusiones y futuras líneas de investigación.

Gestión humana socialmente responsable en cooperativas de trabajo asociado colombianas

P. 217-256

Alina Marcela Bustamante Salazar

Resumen

En los últimos años ha habido un creciente interés en estudiar la relación entre la responsabilidad social y la gestión humana dando origen a la gestión humana socialmente responsable. El objetivo de esta investigación es conceptualizar la gestión humana socialmente responsable en el contexto de las cooperativas de trabajo asociado colombianas, desde una perspectiva que integra el enfoque de las capacidades de Amartya Sen y los principios cooperativos, para comprender cómo las prácticas de gestión humana desarrollan diferentes capacidades de los asociados. Para lograr este propósito se realizó una investigación de enfoque cualitativo, basado en el estudio de casos múltiple y la teoría fundamentada. A partir de los resultados de la investigación, la gestión humana socialmente responsable en las cooperativas de trabajo asociado se define como un conjunto de prácticas, fundamentadas en los principios cooperativos, que están orientadas a desarrollar las capacidades de agencia, de bienestar y de solidaridad de los asociados, a través de la información, la formación, la participación, las condiciones de trabajo, la salud y la seguridad laboral, la igualdad de oportunidades y el balance trabajo-familia, para empoderarlos como trabajadores, propietarios y gestores de la cooperativa; proporcionando oportunidades laborales, económicas y sociales que contribuyan a su bienestar y les permita ser y hacer lo que consideran valioso para sus vidas; y de proyección a la comunidad a través de la información y la formación. Para lograr este propósito es necesario tener en cuenta las condiciones personales, organizacionales y del entorno externo que afectan estas prácticas, el cumplimiento de los principios cooperativos y el desarrollo de las capacidades de los asociados.

Crowdfunding y audiovisual de proximidad. La economía colaborativa como instrumento de desarrollo sectorial

P. 257-288

Basilio Cantalapiedra Nieto

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar cómo el crowdfunding aplicado a la financiación audiovisual, puede incentivar la generación de contenidos de proximidad y, apoyándose en el crowdsourcing, favorecer el desarrollo del sector audiovisual en zonas alejadas de los grandes centros de producción estatales. En un sector audiovisual como el actual, fragmentado en las audiencias y en continua evolución en cuanto a los modelos de negocio, se hace necesaria la evaluación de la idoneidad de unas estrategias de crowdfunding uniformizadas para todo tipo de productos. Igualmente, la generación de contenidos audiovisuales de proximidad dirigidos a espectadores unidos por lo geográfico y temático, puede encontrar una idónea vía de financiación y gestión a través de las plataformas de crowdfunding y de crowdsourcing. La aplicación del crowdfunding a los contenidos de proximidad debe adecuar los planteamientos del producto y las recompensas propuestas a los caracteres de dicha proximidad, mientras la práctica del crowdsourcing pone en relación a los agentes productores con el personal técnico y artístico cercano, favoreciendo el establecimiento de redes de trabajo

potencialmente estables que sirvan de instrumento para el desarrollo del sector audiovisual local. Para ello se ha procedido al estudio de dos de las plataformas de crowdfunding más representativas a nivel estatal, Verkami y Lánzanos. El trabajo se centra en la tipología de los proyectos audiovisuales de proximidad, su volumen presupuestario y los aspectos utilizados tanto para su descripción como para el establecimiento de las recompensas.
