

COFUEMA

Capacitación para
CEFIC: 27, 29 de
julio, 3 de agosto



INSTITUTO DE DESARROLLO
C O O P E R A T I V O

Introducción...

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

Alianza Cooperativa Internacional



Cooperativas como
empresas centradas
en las personas

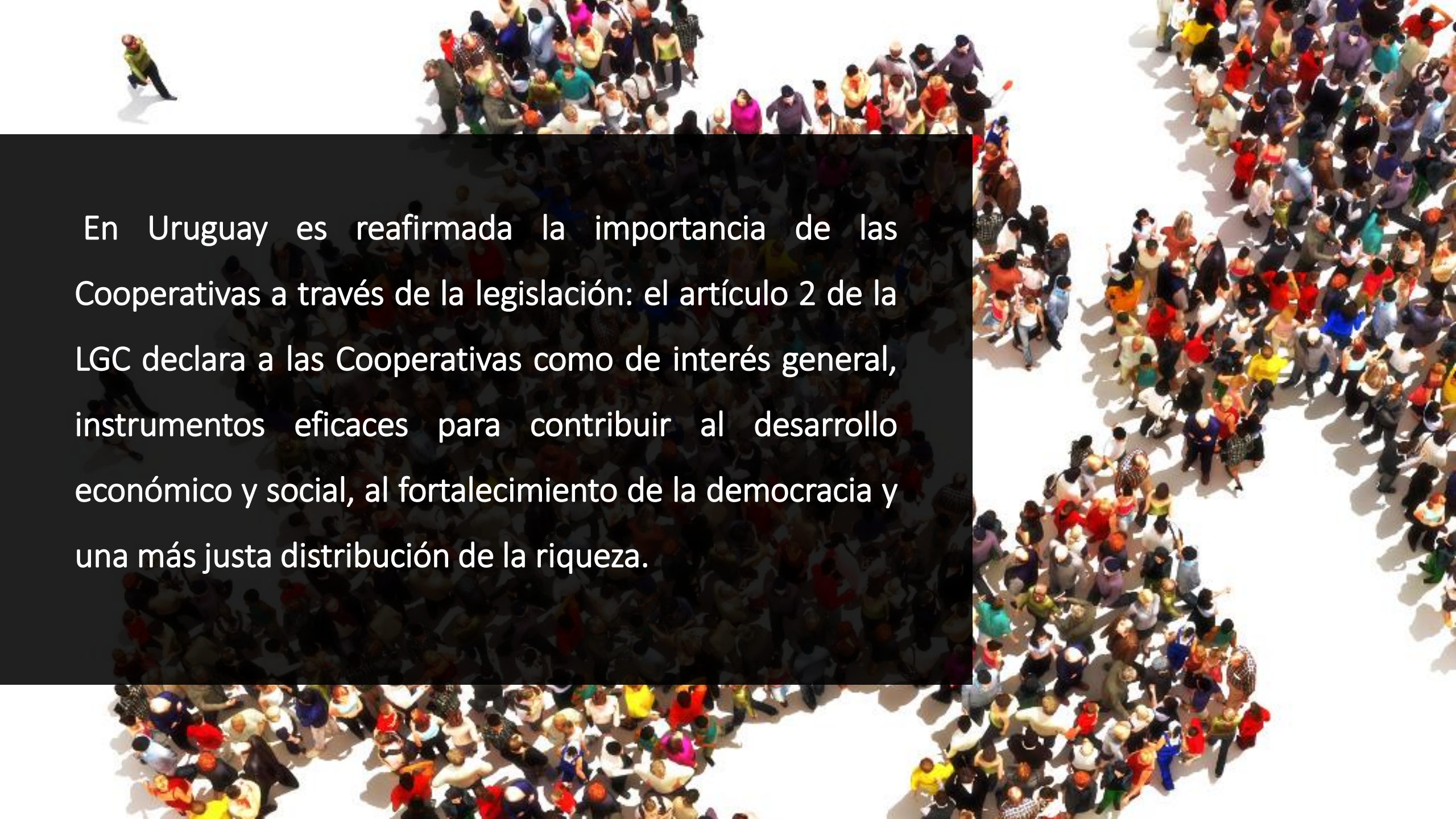


Unen a los socios de
forma democrática
e igualitaria



Rol fundamental en
la sociedad

Lo primero: comprender el movimiento
cooperativo.

An aerial, top-down view of a large, diverse crowd of people walking on a white surface. The people are dressed in various colorful clothing, and their shadows are cast on the ground. The crowd is spread across the frame, with a denser area on the right side. A dark, semi-transparent rectangular box is overlaid on the left side of the image, containing white text.

En Uruguay es reafirmada la importancia de las Cooperativas a través de la legislación: el artículo 2 de la LGC declara a las Cooperativas como de interés general, instrumentos eficaces para contribuir al desarrollo económico y social, al fortalecimiento de la democracia y una más justa distribución de la riqueza.

Los principios:

Libre adhesión y retiro voluntario de los socios.

Control y gestión democrática por los socios.

Participación económica de los socios.

Autonomía e independencia.

Educación, capacitación e información cooperativa.

Cooperación entre cooperativas.

Compromiso con la comunidad

Educación, formación e información

El art. 43 de la LGC establece, en apoyo a este principio, que en las cooperativas de primer grado debe integrarse en forma permanente una comisión de educación, fomento e integración cooperativa.

Educación

Esta función, contribuye al mejor desempeño de la organización en su conjunto con el perfeccionamiento del capital humano. Es la “difusión” hacia dentro de la cooperativa.

Fomento

Refiere a la “difusión” hacia afuera de la organización. Se busca llegar al resto de la sociedad que no forma parte de la organización, con valores cooperativos e inculcar el modelo cooperativo como instrumento eficaz para contribuir al desarrollo económico y social.

Integración

Refiere a la interacción de la cooperativa con el medio social con el que interactúa. Se busca que la cooperativa contribuya con el desarrollo económico, social y medioambiental de la comunidad.

El Fondo de Educación y Capacitación Cooperativa tendrá por **objeto**:

1. la difusión y promoción del cooperativismo,
2. la formación de los socios y trabajadores en técnicas cooperativas, económicas y profesionales,
3. el sostenimiento de los organismos de integración de segundo y tercer grado que cumplan funciones educativas, de asistencia técnica e investigación,
4. la atención de objetivos de incidencia social, cultural o medioambiental.

Obtenido de la ley 18.407 Art 70



El objetivo con el que debe trabajar la comisión es el de brindar entrenamiento y educación a los socios e integrantes de los órganos de dirección y control, gerentes y funcionarios:

- Fomentar la educación cooperativa
- Difundir los principios el modelo cooperativo
- Instruir a los socios acerca de sus obligaciones y derechos
- Coordinar y ejecutar el relacionamiento con otras cooperativas, y con la comunidad
- Promoción de la cooperativa para aumentar el número de socios



FONDO DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN COOPERATIVA:

- Fondo monetario no patrimonial. Art. 76 de la LGC.
- Difusión y promoción del cooperativismo.
- Formación de socios y trabajadores.
- Atención de objetivos de incidencia social, cultural, ambiental
- Al menos 5% de excedentes.
- Creatividad para su uso.

CIRCULAR DE AIN 26/05/2020

Fondo de Educación y Capacitación Cooperativa -destino y viabilidad de su utilización ante la declaración de EMERGENCIA SANITARIA

La 18.407 Ley General de Cooperativas, creó el Fondo de Educación y Capacitación Cooperativa – artículo 76 - donde se establece claramente el objeto del mismo e indirectamente al ubicarlo en la Sección IX – recursos no patrimoniales-, nos está indicando su naturaleza; es un recurso que no va a formar parte del patrimonio de la cooperativa, sino que por el contrario, al tener un destino específico y por el cual fue creado, lo que sea destinado para dicho fondo, deberá ser afectado para el cumplimiento del mismo.

Indica el mencionado artículo que “complementariamente” el fondo podrá tener un destino que **atienda a objetivos con incidencia social, cultural o medioambiental;** entendemos que la inclusión de este “ítem” podría estar enmarcada en la Responsabilidad Social, no solo de los Estados, sino también de las propias organizaciones sociales, que debería regir sus actos; y aun mayor es el compromiso de las cooperativas en este ámbito, atendiendo a su naturaleza e identidad que las caracteriza.

Por lo que entendemos, es viable su utilización con fines asociados a la emergencia sanitaria.-

Al utilizar el fondo- deberá valorarse si la circunstancia resiste o excede lo preceptuado en el marco legal; si se están destinando los recursos del fondo para situaciones vinculadas a la pandemia, y que tienen incidencia social, con impacto en la cooperativa y sus asociados.

De todo lo actuado se deberá rendir cuentas y exponer en la Memoria del Consejo Directivo que será sometida a la aprobación de la Asamblea.

Entonces comprendimos:

Objeto del CEFIC: Educación

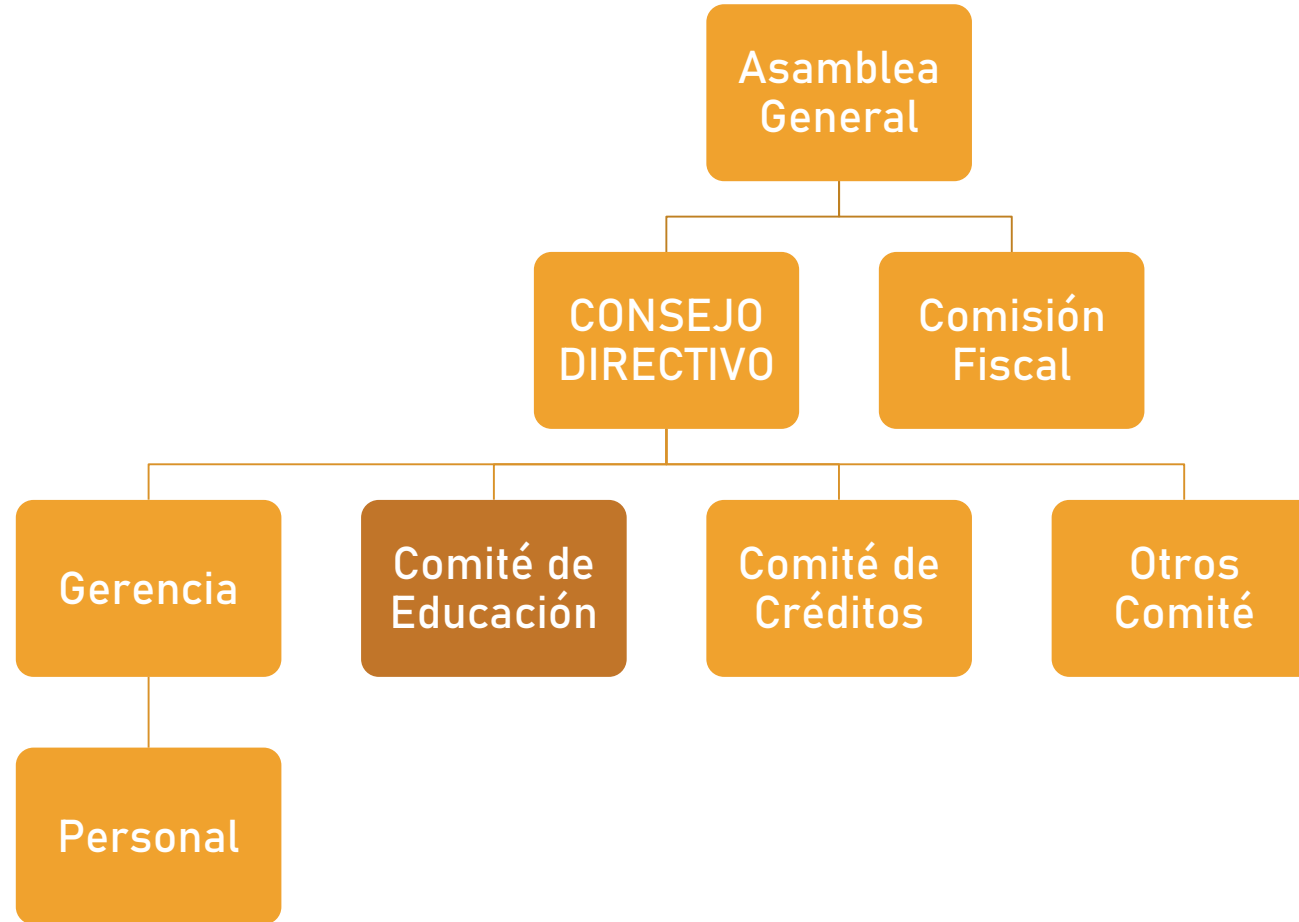
Las tareas que nos competen

El apoyo de la ley, y los fondos con los que contamos

Con quienes debemos trabajar?

El rol del CEFIC y su interacción con otros órganos de la Cooperativa, con los socios, con el entorno.

Relacionamiento con otros órganos



El CEFIC es un órgano creado por la propia ley de Cooperativas, que tiene como finalidad es llegar a tener mejores cooperativas y esto lo logramos mediante la enseñanza en valores y principios cooperativos.

El CEFIC debe aprender a relacionarse con los distintos órganos y actores de la cooperativa, pues es necesario en su función:

- investigar sobre necesidades de capacitación en los órganos sociales,
- en la atención al público, conocer las debilidades de la cooperativa e inquietudes de los socios
- acompañar al nuevo socio a integrarse al movimiento cooperativo



Más específicamente:

Fomentar la educación cooperativa

Difundir los principios el modelo cooperativo

Instruir a los socios acerca de sus obligaciones y derechos

Coordinar y ejecutar el relacionamiento con otras cooperativas, y con la comunidad

Promoción de la cooperativa para aumentar el número de socios

 **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



Relacionamiento con el exterior: las tendencias

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son el corazón de la Agenda 2030 y muestran una mirada integral, indivisible y una colaboración internacional renovada. En conjunto, construyen una visión del futuro que queremos.

En función de sus Comisiones de Educación, Fomento e Integración Cooperativa (CEFIC) obligatorias por ley y estatutos, de su rol en la educación financiera y como escuela de democracia, las CAYCs propenden al Objetivo 4 de “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos”; y en tanto aplican como carácter constitutivo la equidad de género (art. 8, num. 4 Ley 18.407) y al Objetivo 5 de “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas”.

*“La **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA** es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medioambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúan. Concreta su atención en la satisfacción de necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente. Su objetivo va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone a su vez, un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor a largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.”*

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas

Responsabilidad Social Cooperativa

- Traducción del compromiso de una empresa con la sociedad.
- Cumplimiento de la ley y acciones adicionales.
- El compromiso debe estar respaldado por recursos, ser medible y medido.

RSE es una forma de dirigir las empresas basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, medio ambiente y sobre la sociedad en general, que se consigue a partir de un equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente.

¿Cómo lo estamos haciendo?

Según la ISO 26000, una organización es más o menos responsable con el medio en el que opera en función de siete principios corporativos.

1. Rendición de cuentas		Reporte de sostenibilidad
2. Transparencia		Informes en A.G.
3. Comportamiento ético		Códigos de comportamiento, difusión de valores
4. Respeto hacia las partes interesadas		Involucramiento en relación con los socios
5. Legalidad		Educación en ley cooperativa.
6. Normativa internacional		Educación en actividad a nivel global.
7. Derechos Humanos		Reconocer, priorizar, difundir.



INSTITUTO DE DESARROLLO
C O O P E R A T I V O

COFUEMA

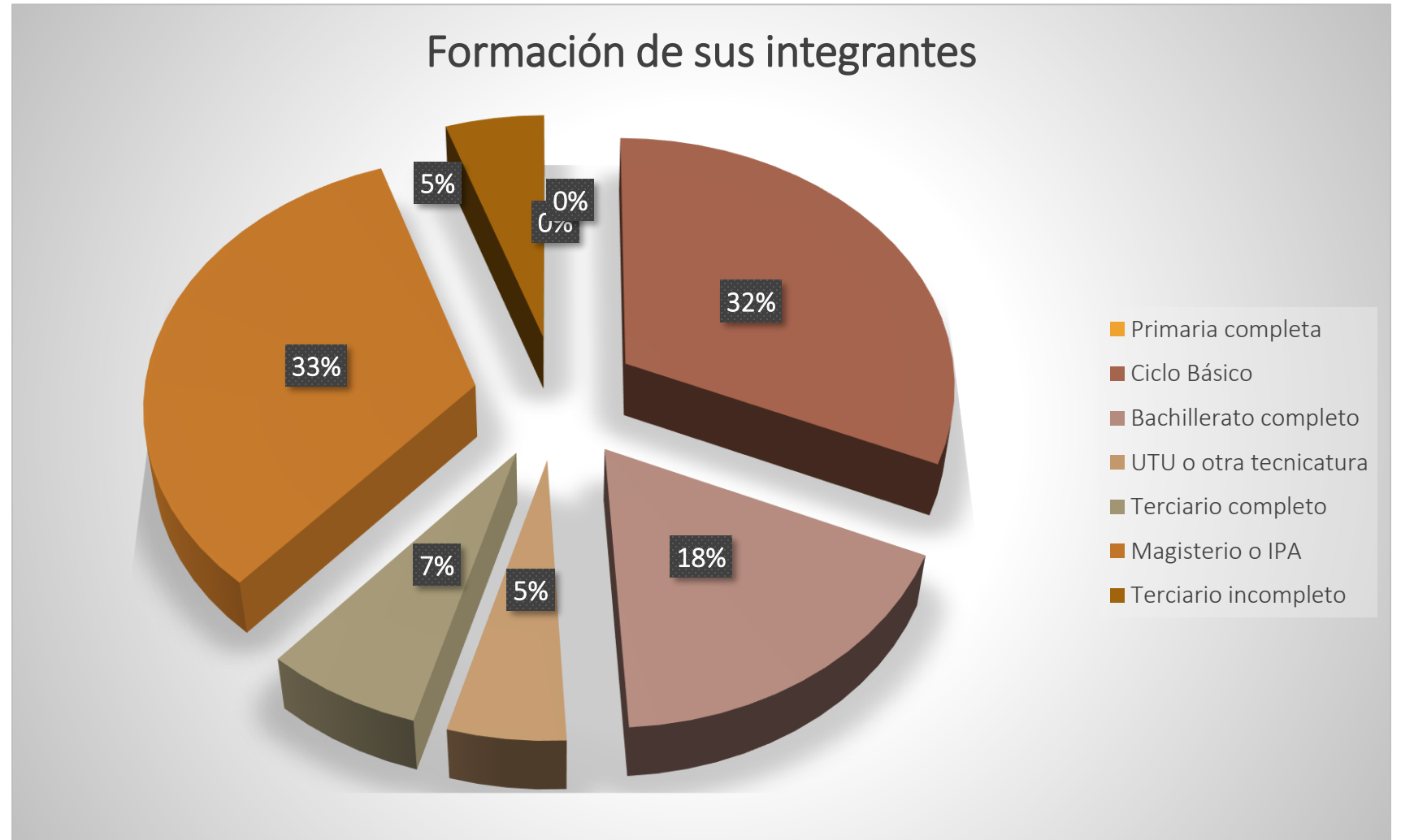
Capacitación para
CEFIC: 27, 29 de
julio, 3 de agosto

Estamos
funcionando
correctamente?

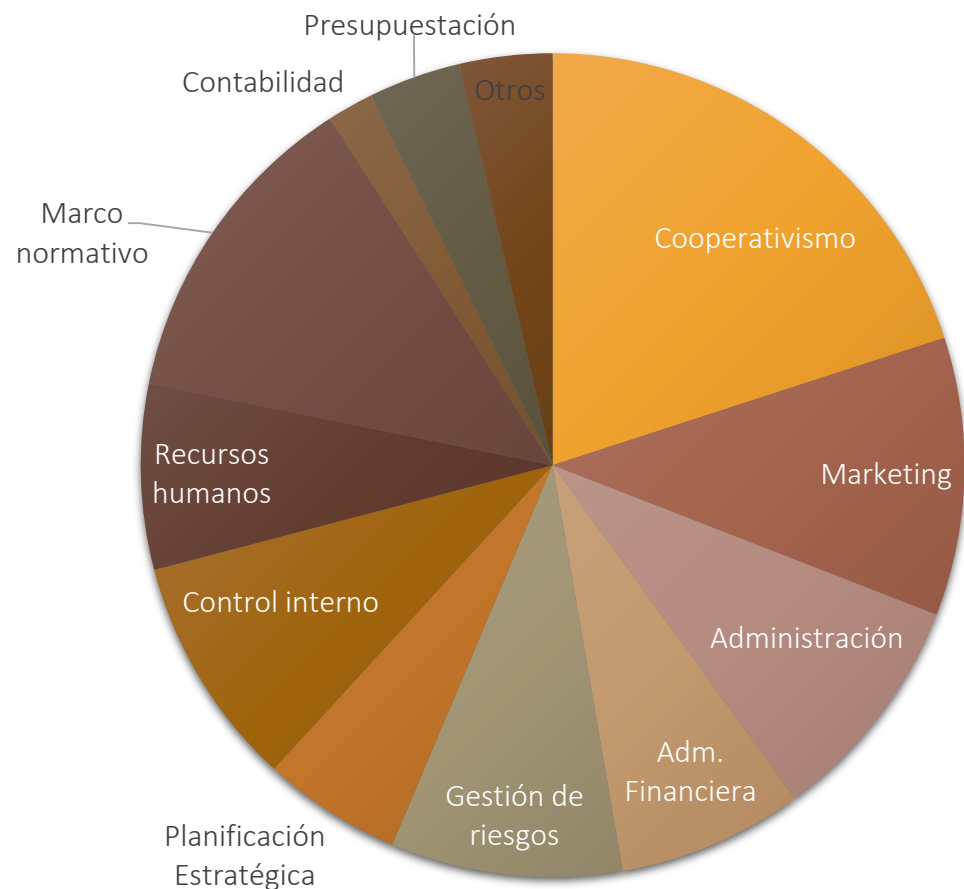
Hace unos años IDC
realizó una encuesta a los
distintos CEFIC de 13
cooperativas, llegando a
las siguientes
conclusiones:

Formación:

Podemos decir que nos encontramos ante personas con un buen nivel de estudios, donde predomina la formación en magisterio y/o IPA.



Temas sobre los que se capacitaron

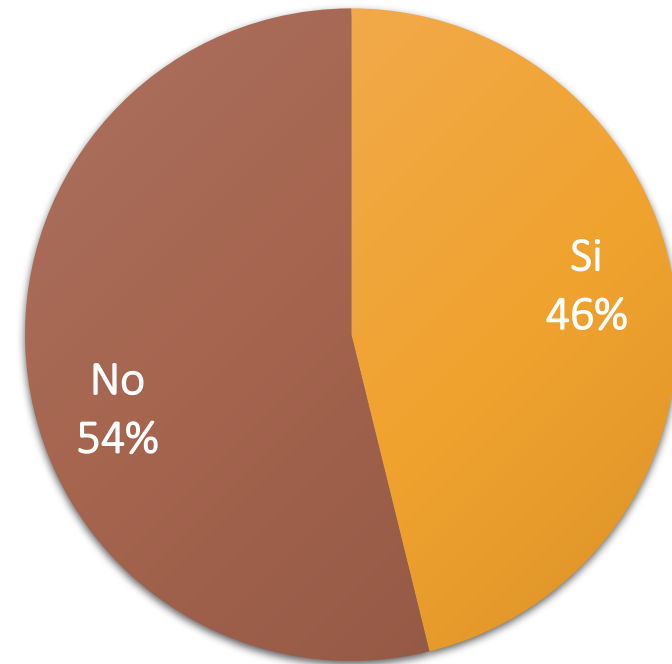


La gran mayoría de los integrantes de CEFIC recibió capacitación (70%) y se en forma habitual o periódica. Los temas son diversos, destacándose temas sobre cooperativismo.

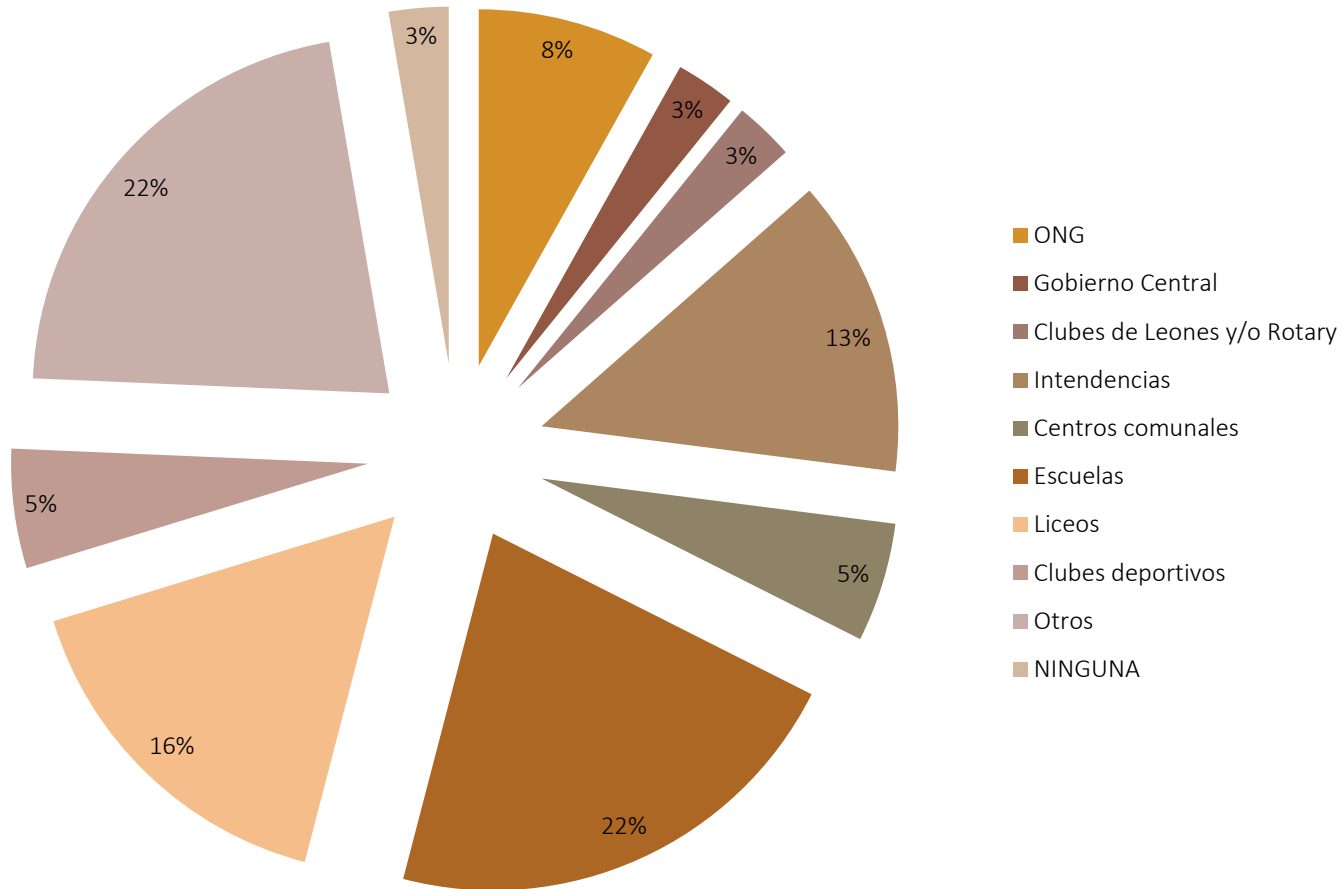
Presupuesto:

- La mayoría de los CEFIC no cuentan con un presupuesto asignado.
- Aquellos que si tienen un presupuesto, manifiestan estar conformes con el mismo.

¿Tienen presupuesto?



Trabajan con:



Sobre la comunidad:

Los CEFIC trabajan en su mayoría con liceos y escuelas. Dentro de «Otros» encontramos a cooperativas, Inacoop, Cudecoop, IDC, Foto club, entre otros.

Problemas:

- Poca participación de los socios, fue la más mencionada
- Problemas de logística
- Falta de tiempo
- Presupuesto escaso
- Autonomía del Consejo Directivo
- Escasa participación de los propios integrantes del CEFIC



A close-up photograph of a yellow surface with several interlocking puzzle pieces. One piece is missing, leaving a gap. A black rectangular box is overlaid on the left side of the image, containing the text '¡FALTA DE PLANIFICACIÓN!' in white, bold, uppercase letters. The puzzle pieces are a light grey color with a fibrous texture.

**¡FALTA DE
PLANIFICACIÓN!**

Planificar es:

Prepararse para el futuro

Prevenir lo no deseado

Un proceso participativo

Compromiso con las obligaciones

Revisar la razón de ser

Hacer un examen hacia el interior



La planificación estratégica es el proceso mediante el cual se compromete a toda la organización en la búsqueda conjunta de unos objetivos, metas y planes de acción. Su finalidad será conducir al alcance de los objetivos estratégicos.

Cómo lo hacemos? Es un proceso

- Desde el punto de vista metodológico, la opción más utilizada es la de BSC



LA ESTRATEGIA DEBE DEFINIRSE TENIENDO EN CUENTA CUATRO PERSPECTIVAS

FINANCIERA: Aquí deben incluirse los objetivos clave relacionados con la salud financiera y rentabilidad de la organización, por ejemplo: Generar ahorro de costos, mejorar margen de rentabilidad, aumentar ingresos.

CLIENTE: Se centra en los objetivos estratégicos que están relacionados con los clientes y el mercado. Qué necesita el cliente / usuario?

PROCESOS INTERNOS: Qué procesos internos necesitamos implementar para cumplir estos objetivos?

APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO: Para este componente debe disponerse de los resultados de la encuesta de ambiente laboral, información de Recursos Humanos, capital de información, capital organizacional (cultura, liderazgo, alineación, trabajo en equipo).

Paso 1. Definir/NOS

- 1 Misión = Propósito, razón de ser
- 2 Visión = Declaración de hacia donde nos dirigimos
- 3 Valores: en qué modo operamos día a día, mientras perseguimos nuestra visión.

CÓMO DEFINIR NUESTRA MISIÓN

Pregunta generadora:

¿Quiénes somos?

¿Qué hacemos y por qué lo hacemos?

¿Qué buscamos?

¿Qué nos diferencia?

¿Para quien trabajamos?



VISIÓN

¿Qué queremos en el futuro?

¿Qué logros esperamos obtener?

¿En que aspectos haremos las contribuciones
mas importantes?

¿Qué nos diferenciará en el futuro?

¿Por quién y para quien trabajaremos en el
futuro?

Los valores:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.



Paso 2. Establecer los objetivos

Los objetivos proporcionan dirección.

Permiten que enfoquemos nuestros esfuerzos.

Guían nuestros planes y decisiones.

Sirven para EVALUAR.

Para establecer objetivos debo saber:

1. Finalidad: Qué voy a hacer
2. Propósito: Para qué
3. Acción estratégica: Cómo



Documentación del objetivo

Documentación del indicador

Documentación de la meta

DEBILIDADES

- Problemas de comunicación hacia los socios.
- Falta de formación cooperativa a los socios.
- Desconocimiento de un plan estratégico por parte de los socios y de las comisiones.
- Falta de coordinación entre las diferentes comisiones.
- Ausencia de un objetivo común.
- Ausencia de una planificación anual estratégica.
- Falta de comunicación entre comisiones.
- Falta de comunicación hacia los socios.
- Falta de apoyo al CEFIC por parte de CD.

OPORTUNIDADES

- Realizar Planes de Formación para socios, dirigentes y funcionarios.
- Capacitación en roles, funciones a los integrantes de Comisiones COFUEMA.
- Aprovechar la tecnología para comunicarnos mejor.
- Creer en números de socios.
- Cursos sobre herramientas de Gestión del tiempo y crecimiento profesional y personal.
- Análisis y mejora en el uso de los Canales de comunicación (Facebook: Fanpage, Instagram, WhatsApp, etc.)
- Mayor difusión de la Identidad Cooperativa (Principios y valores).
- Profundizar los vínculos con la Comunidad.

Basados en el FODA
realizado con
anterioridad, vamos
a establecer 3
objetivos, y su ciclo.

1.

Documentación del objetivo:

Finalidad

Propósito

Estrategia

Documentación del indicador:

Forma de cálculo

Periodicidad de medición

Fuente de información

Documentación de la meta:

Rojo

Amarillo

Verde

2.

Documentación del objetivo:

Finalidad

Propósito

Estrategia

Documentación del indicador:

Forma de cálculo

Periodicidad de medición

Fuente de información

Documentación de la meta:

Rojo

Amarillo

Verde

3.

Documentación del objetivo:

Finalidad

Propósito

Estrategia

Documentación del indicador:

Forma de cálculo

Periodicidad de medición

Fuente de información

Documentación de la meta:

Rojo

Amarillo

Verde

¿Qué sigue?

Luego de definidos los objetivos, deberemos clasificarlos en una de las 4 perspectivas vistas: Financiero/numérico, enfocado en el cliente, procesos internos, desarrollo y aprendizaje.

Cada objetivo deberá ser asignado a un responsable, de su ejecución y seguimiento, destinando al mismo los recursos que estarán involucrados para su alcance.

Asimismo deberemos asignar el peso relativo de cada uno, para evaluar la importancia de prestar mayor o menor atención a los mismos.

Nuestro BSC nos permitirá monitorearnos continuamente, de esta manera:



BALANCED SCORECARD - EMPRESA COMERCIAL

Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Responsable	Peso	Meta	Actual	%	Puntos	Semáforo
FINANCIEROS	Lograr resultados financieros positivos y sostenibles			45				28,10	
		1.1 EBITDA	Finanzas	15	22%	10%	45%	6,82	✘
		1.2 Retorno de inversión	Finanzas	10	18%	14%	78%	7,78	✘
		1.3 Utilidad operativa como % del ingreso.	Finanzas	10	25%	20%	80%	8,00	!
		1.4 Flujo neto de efectivo	Finanzas	10	200.000	110000	55%	5,50	✘
CLIENTES	Mejorar la imagen de la compañía			20				16,67	
		2.1 Índice de Calidad en imagen	Asuntos Corporativos	10	9	8	89%	8,89	!
		2.2 Índice de imagen de empleados	Asuntos Corporativos	10	9	7	78%	7,78	✘
PROCESOS INTERNOS	Lograr un enfoque de servicio en toda la organización			20				16,95	
		3.1 Programa de alto desempeño	Ventas y Marketing	5	85	70	82%	4,12	!
		3.2 Índice de calidad en el servicio	Ventas y Marketing	5	85	85	100%	5,00	✓
		3.3 Encuesta de satisfacción del cliente	Ventas y Marketing	5	88	75	85%	4,26	!
		3.4 Porcentaje de Recompras.	Ventas y Marketing	5	42%	30%	71%	3,57	✘
DESARROLLO Y CRECIMIENTO	Desarrollar cultura organizacional de alto desempeño			15				12,20	
		4.1 Índice Gallup	Recursos Humanos	3	9	7	78%	2,33	✘
		4.2 Barómetro de Cooperación	Recursos Humanos	2	10	6	60%	1,20	✘
		4.3 Capacitación para empleados	Recursos Humanos	6	9	7	78%	4,67	✘
		4.4 Índice de competencia ejecutiva	Recursos Humanos	4	9	9	100%	4,00	✓
				100	TOTAL			73,9	

Se
animan?



GRACIAS!

