

Cooperativas de todas las clases

El **excedente económico** es de la cooperativa, que es de todos los asociados, quienes reciben los beneficios sociales, que se comparten con la comunidad.

El **pago de los ejecutivos** se determina con un criterio de equidad. Pueden ser asociados de la cooperativa. Los consejos de administración y los comités de ahorro y crédito son de asociados quienes realizan un trabajo voluntario.

El **fondo de educación** debe garantizar que los asociados saben utilizar los servicios de la cooperativa y tienen la información suficiente para que haya transparencia. Y convocan a otros asociados. Y solo necesitan hacer gastos de publicidad y mercadeo las cooperativas que venden productos a clientes externos no asociados.

Se trabaja con los aportes de los asociados (que no tienen costo) y con sus ahorros (que tienen un sentido cooperativo, no de rentabilidad financiera). **El costo de los servicios financieros para los asociados -y su composición- son la esencia de la ventaja cooperativa.** Y explican si hay o no excedente económico, y a cuánto puede ascender. Estas son decisiones democráticas en las que deben practicar todos los asociados.

**Los costos de la nómina se determina con un criterio de dignidad** (no de explotación). Los costos operativos se definen con racionalidad.

**Las inversiones en equipos, tecnología e infraestructura** se realizan con parte de los excedentes y pueden hacerse en redes de cooperativas para tener mayor capacidad tecnológica y economías de escala.

**Es una palabra: Las cooperativas tienen todas las condiciones para ser el líder reconocido de la sostenibilidad económica, social y ambiental como lo propone la ACI en el Plan 2020.**

Las utilidades son los dividendos para los accionistas, en función de capital. Son la base de la concentración de la riqueza y de la desigualdad en todos los países.

Los ejecutivos y miembros de las juntas directivas reciben altos sueldos, más bonificaciones que son parte de las utilidades, acciones. En Estados Unidos en 2000 su salario era 531 veces más que el salario medio de un trabajador fabril.

Los gastos de publicidad y mercadeo son el componente central para construir marca (símbolos de estatus), conseguir nuevos clientes y vender sus productos financieros.

Trabajan con dinero de sus clientes a los que pagan tasas de captación por depositar sus recursos y presentan a tasas de interés -de colocación- muchos mayores gracias a su poder y a la escasa regulación estatal. **Es el quid negocio de los bancos: la intermediación financiera,** que explica su alta rentabilidad y su poder en la economía y la sociedad.

La exigencia de la rentabilidad hace que se controlen estos costos, en especial los salarios, originando agudos conflictos laborales.

La gran concentración de capital -nacional e internacional- hace que tenga gran capacidad de inversión en tecnología. (Tamaño de los bancos y gran número de clientes).

**Estos bancos -propiedad de sus inversionistas- han mostrado problemas en su sostenibilidad a nivel económico, social y ambiental como lo señala la ACI en el Plan 2020.**

Bancos comerciales de propiedad privada