

Colloque International du Réseau RULESCOOP
“Le défis du secteur organisations coopératives et mutualistes”
Brest, Mai 2006 France

COMUNICACIÓN

“INTERNET Y LA IDENTIDAD COOPERATIVA”

AUTORES

Juan Fco. Juliá Igual, Gabriel García Martínez, Elena Meliá Martí

CEGEA

Universidad Politécnica de Valencia

Cno. de Vera s/n, 46071 Valencia

Tel: 96-3877055

E.mail: gagarmar@esp.upv.es

RESUMEN

En los próximos años se van a producir importantes cambios, con numerosas implicaciones socioeconómicas, de la mano de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, que con Internet como mayor exponente, producirán fuertes transformaciones en el entorno empresarial, y como no, en las empresas de la Economía Social y Cooperativa. Un hecho relevante en este sentido fue la creación del dominio ‘.coop’ para cooperativas, que se presenta en la actualidad como una oportunidad única y de enorme trascendencia para promover su identidad, principios y valores, especialmente la cooperación entre cooperativas.

En cualquier caso, se puede observar que el grado de implantación del dominio ‘.coop’ es menor de lo que inicialmente y dadas las circunstancias se podía esperar, tal y como sucede en países como España con una larga tradición cooperativa. En el presente trabajo analizamos los dominios ‘.coop’ activos a nivel nacional para describir su situación y posibles actuaciones futuras.

En definitiva, entendiendo que el registro electrónico de las cooperativas con este dominio puede ser una importante herramienta de diferenciación respecto de otras empresas y organizaciones en la denominada economía virtual, se analiza la evolución, situación actual y perspectivas de la implantación del dominio “.coop” en las organizaciones cooperativas.

PALABRAS CLAVE: Cooperativas, Internet, Web, Dominio.

Introducción.

El desarrollo de las Tecnologías de la Información, la revolución de las Telecomunicaciones y principalmente la consolidación de Internet, están influyendo de manera determinante en el entorno empresarial, caracterizado por ser cada vez más competitivo y global.

Internet no sólo ofrece grandes oportunidades a las nuevas organizaciones con nuevas ideas, sino que también sus potencialidades están siendo utilizadas de forma revolucionaria, en la transformación de empresas ya establecidas, y las cooperativas no son una excepción.

En dicho entorno, parece crucial afianzar la identidad del movimiento cooperativo y minimizar la falta de conocimiento de sus particularidades por la opinión pública, con un acceso cada vez más amplio a todo tipo de información. Además, puede servir para desarrollar fuertes lazos de comunicación dentro de estas organizaciones, con la educación como pilar esencial, siendo además de enorme importancia, la inversión en la promoción de su imagen, basada en los principios y valores cooperativos.

Cabe recordar que el dominio '.coop' nace con la pretensión de promover y proteger los valores cooperativos en Internet, facilitando el desarrollo económico y otras relaciones mutuamente beneficiosas entre organizaciones cooperativas, con el propósito de lograr un mayor progreso económico y social de sus miembros. Además, en un planteamiento inicial se pretendía contrarrestar en la medida de lo posible la denominada "brecha digital" ayudando a las cooperativas de recursos limitados a acceder y utilizar las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Como punto de partida, a continuación, se va a contrastar las diferentes formas en las que la identidad cooperativa se plasma en la legislación cooperativa española y europea, para posteriormente profundizar en como dicha identidad se traslada a Internet, analizando el uso que en estos países se realiza del dominio '.coop'.

Identidad cooperativa en la legislación nacional y europea

La "Declaración sobre la identidad cooperativa", aprobada en Manchester por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) durante su Congreso del Centenario establece los valores y principios cooperativos, a la vez que la propia definición de cooperativa. Ésta queda definida como "una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática".

De hecho, son los propios valores cooperativos y los instrumentos en los que éstos se canalizan, los principios cooperativos, los que han hecho de estas sociedades entidades no sólo solventes desde el punto de vista empresarial, lo que por otra parte es compartido por otras formas de empresa, sino capaces de compatibilizar este buen hacer empresarial con una clara apuesta por el bienestar de sus miembros, asumiendo fuertes compromisos con la sociedad.

La propia Organización Internacional del Trabajo señala en la Recomendación 193 sobre promoción de las cooperativas, su capacidad de fomentar "la más completa participación de toda la población y facilitar una distribución más equitativa de los beneficios de la globalización, contribuyendo al desarrollo humano sostenible".

La identidad cooperativa se identifica con esa forma de actuar, e implica un compromiso y una apuesta por esos valores y principios, conformando una cultura, una manera de pensar y hacer, capaz de transformar la realidad en un contexto histórico determinado” (Bunge, 1985).

No es extraño que la sociedad actual muestre claros signos de un creciente compromiso con valores muy cercanos, cuando no idénticos, a los abanderados por el movimiento cooperativo, demandando un mayor respeto por los derechos humanos, democracia, libertad, corrección de las desigualdades sociales, solidaridad, etc.

De hecho, son estos principios y valores, recogidos en la Creencia de la ACI (autoayuda, autoresponsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad), los que las avalan como entidades especialmente útiles para satisfacer o atender de modo inmediato y fructífero las necesidades e intereses económico-sociales, allí y cuando, de hecho, no son atendidos de otro modo, constituyendo un factor de afianzamiento de los vínculos comunitarios (Izquierdo, 2005)

Es del todo lógico por tanto, que desde el mundo cooperativo se desee que esa identidad cooperativa sea visible y fácilmente identificable, con objeto de no desperdiciar el que se puedan dar manifestaciones de preferencia de agentes que interactuando con las mismas (clientes, proveedores, consumidores, etc.) puedan tener especial sensibilidad por esta forma societaria. En este sentido, la Organización Internacional del Trabajo establece que es la propia legislación cooperativa la que debe asumir la responsabilidad de establecer una identidad para las sociedades cooperativas, claramente diferenciada del resto de formas empresariales (OIT, 2000).

En lo que respecta al marco normativo de las sociedades cooperativas en la Unión Europea, hemos de puntualizar que existen marcadas diferencias entre los Estados miembros, optando éstos por modelos diversos, los cuales pueden ser agrupados en tres modelos:

- El de los países que han dotado a la sociedad cooperativa de un amplio marco normativo, con leyes propias específicas, como es el caso de Alemania, Francia, España, Grecia, Finlandia, Italia, Austria, Luxemburgo, Portugal, Suecia.

- Un segundo modelo es el adoptado por países en los que el cooperativismo goza también de regulación especial, pero en el marco de otras normas de carácter general, como es el caso de Holanda y Bélgica.

- Un tercer grupo de países son los que no dan a la sociedad cooperativa ningún tratamiento normativo diferenciado, estando reguladas por el derecho de sociedades común. Este es el caso del Reino Unido, Dinamarca, Irlanda.

Como se refleja en el siguiente cuadro, la mayor parte de normas cooperativas contienen en su articulado especificaciones acerca de la denominación que deben tener las cooperativas, con objeto de diferenciarlas del resto de sociedades (cuadro 1). En este sentido, contemplan la inclusión en su denominación de la mención “cooperativa”, o “sociedad cooperativa”, y en algunos casos exigen que se acompañe expresión del tipo de responsabilidad.

Tan sólo los países sin legislación cooperativa (Dinamarca, Irlanda y Reino Unido), están exentos de tal obligación.

Cuadro 1. Denominación de las cooperativas a partir de la legislación cooperativa en la Unión Europea.

	Marco legal	Denominación de la cooperativa
Bélgica	Regulación sobre sociedades cooperativas incluida en articulado del Código de Comercio (Libro I, Título IX, Sección VII, Art. 141-164)	Las cooperativas de responsabilidad limitada incluirán en su denominación la expresión " <i>sociedad cooperativa o SC/CV</i> ", las cooperativas de responsabilidad ilimitada y solidaria " <i>sociedad cooperativa de responsabilidad ilimitada y solidaria o SCRIS/CVOHA</i> " Si además es una cooperativa de participación, se deberá agregar a la denominación tal expresión.
Dinamarca	No existe legislación específica sobre cooperativas. Se rigen según sus estatutos.	No existen especiales previsiones en lo que a la denominación se refiere
Alemania	Ley de Cooperativas de 1989, modificada por Ley de 1990.	Toda cooperativa deberá ir acompañada de la expresión " <i>cooperativa registrada</i> "
Grecia	Ley 1667, de 5 de diciembre de 1986 de cooperativas.	En la razón social no podrán incluirse nombres de cooperativistas no de terceros (art. 1.5. Ley 1667)
España	Ley 27/99 de cooperativas y Leyes autonómicas .	La denominación incluirá necesariamente las palabras " <i>Sociedad cooperativa</i> " o su abreviatura S. Coop (art. 13)
Francia	Hay pluralidad legislativa: - Estatuto General de la Cooperación aprobado por Ley 47/1775, modificado por Ley 92-643, de 1992. - Ley de 1867 relativa a las sociedades de capital variable. Otras normas sectoriales.	La denominación incluirá necesariamente las palabras " <i>Sociedad cooperativa</i> " además de la indicación a las actividades a que se dedica la sociedad (art. 22 del Estatuto)
Irlanda	Ley de Sociedades Industriales y Mutuas de 1893, reformada en 1978.	No existen especiales previsiones en lo que a la denominación de las cooperativas se refiere
Italia	Marco jurídico en art. 45 de la Constitución. Normativa específica sobre cooperativas en el articulado del Código Civil (Art. 2511-2545 del Título VI del Libro V). Leyes particulares para det. tipos de cooperativas	La denominación incluirá necesariamente la mención " <i>cooperativa</i> " con expresión de su responsabilidad (limitada o ilimitada) art. 2515 del C. Civil
Luxemburgo	Decreto Gran ducal de 17/09/1945, enmendado por Ley 25/08/86 (Cooperativas agrarias). Ley 10/08/1915 (Resto de Cooperativas)	La denominación incluirá necesariamente las palabras " <i>Sociedad cooperativa</i> " (art. 130 Ley 10/08/1915)
Holanda	De aplicación las normas jurídicas establecidas para las asociaciones, y en concreto para las asociaciones cooperativas. (Volumen 2 del Código Civil).	La denominación incluirá necesariamente la palabra " <i>cooperativa</i> " (art. 54.2. Código Civil)
Austria	Ley de cooperativas de 1867, con varias puestas al día. Ley sobre la auditoría.	La denominación de la cooperativa será de naturaleza objetiva y se referirá al objeto social. A ella se añadirá el tipo de responsabilidad (art. 3 y 4).
Portugal	Marco jurídico en la Constitución. Además: - Código cooperativo, aprobado por Ley 51/96 (1.996)	La denominación incluirá necesariamente las palabras " <i>Sociedad cooperativa</i> ", " <i>unión, federación o confederación de cooperativas</i> ", así como el tipo de responsabilidad (limitada o ilimitada) (art. 14 Código)
Finlandia	Ley de cooperativas de 1.954, enmendada en varias ocasiones.	No hay en la Ley una reserva terminante de la denominación " <i>cooperativa</i> " a favor de estas sociedades.
Suecia	Ley de 11 de junio de 1987.	La denominación incluirá necesariamente las palabras " <i>ekonomisk</i> " y " <i>forening</i> ", mención exclusiva de las cooperativas.
Reino Unido	No existe legislación específica. Se rigen por: - Ley de Sociedades Industriales y de Previsión (IPSA 1965-78)	No existen especiales previsiones en lo que a la denominación de las cooperativas se refiere
Unión Europea	Estatuto de la Sociedad Cooperativa Europea (Reglamento (CE) n° 1435/2003 del Consejo, de 22 de julio de 2003)	La denominación social de la Sociedad Cooperativa Europea (SCE) irá precedida o seguida de las siglas " <i>SCE</i> " y, cuando corresponda, de la mención "limitada".

Fuente: Elaboración propia a partir de Montolío, J. M., 2.000,

Entendemos que esta denominación, como si de una marca se tratara, genera un valor añadido a la empresa, en la medida en que transfiere los valores de la cooperativa a los agentes que entran en contacto con la misma, tanto si son clientes, en los que puede determinar una opción de compra, como proveedores, entidades financieras, etc., y ello contribuirá sin duda a que estas entidades continúen desempeñando un papel cada vez más importante en el mundo, facilitando la creación de empleos, el crecimiento económico y el desarrollo social.

En esta misma línea, trasladándonos a Internet también las cooperativas pueden identificarse y diferenciarse a través de un dominio específico, para mantener y aumentar su competitividad, compatibilizándolo con sus propios principios, por lo que a continuación se aborda su estudio.

Antecedentes y situación actual del dominio ‘.coop’.

A finales del año 2000, se reunió el ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*), comité que regula la asignación de nombres de dominios genéricos en Internet a nivel internacional, con el objetivo de la aprobación de nuevos dominios genéricos para descongestionar a los ya existentes (‘.com’, ‘.net’ y ‘.org’). Se pretendía así dar respuesta a la necesidad manifiesta de incorporar nuevas terminaciones para cubrir la gran demanda de dominios genéricos.

Cualquier registrador acreditado por la ICANN podía proponer nuevos nombres de dominio. Entre las denominaciones propuestas el comité seleccionó siete nuevas terminaciones: ‘.biz’, ‘.info’, ‘.name’, ‘.pro’, ‘.museum’, ‘.aero’ y ‘.coop’.

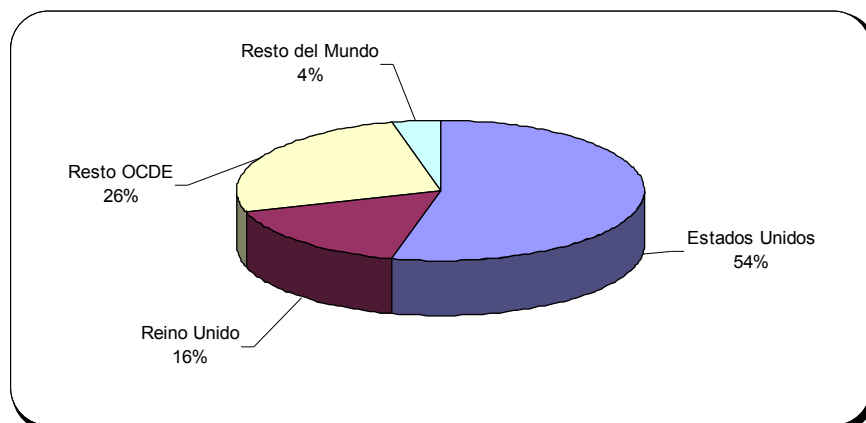
Uno de los factores que influyeron en la elección fue la asignación de las terminaciones por sectores o ramas de actividad, quedando los dominios especializados de la siguiente manera: ‘.biz’ (abreviatura de *business* en inglés) para los negocios, ‘.info’ para páginas informativas, ‘.pro’ para profesionales, ‘.name’ para páginas personales, ‘.museum’ para museos, ‘.aero’ para compañías de la industria aeronáutica, y ‘.coop’ para cooperativas. Matizar que los dominios ‘.coop’, ‘.museum’, y ‘.aero’ se plantearon como restrictivos, es decir, únicamente podrán ser registrados por empresas específicas del sector al que representan.

El nuevo dominio ‘.coop’ es patrocinado por la Asociación Nacional de Empresas Cooperativas de Estados Unidos (NCBA, *National Cooperative Business Association*), con el respaldo de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) y otras organizaciones cooperativas.

En general, comentar que los dominios más populares (.com, .net, .org) de Internet están muy concentrados por países. Al igual que indican otras variables de la geografía de Internet (distribución de las líneas de telecomunicaciones, número de usuarios por países,...), el desarrollo y uso de Internet, es paralelo a la geografía de la riqueza, la tecnología y el poder político (Castells, 2001). A finales del año 2000, Estados Unidos contaba con la mayor parte de los dominios de Internet (50% del total), seguido de Alemania y el Reino Unido entre un 8 y 9 por ciento.

En cuanto al dominio ‘.coop’ señalar que la situación en la actualidad (Enero 2006) es similar, ubicándose la inmensa mayoría de los dominios registrados (casi un 96%) en países de la OCDE, es decir, los de rentas más altas. Destaca Estados Unidos con un 54%, seguido del Reino Unido con un 16% (gráfico 1). España se sitúa sobre un 3% con 134 dominios ‘.coop’ registrados.

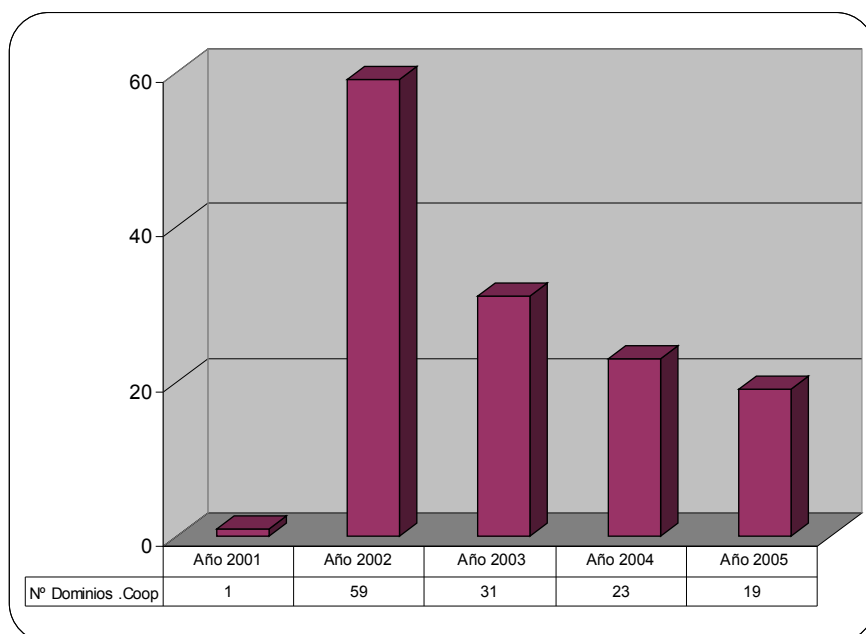
Gráfico 1. Distribución territorial Dominios .coop en el Mundo.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en www.coop

Respecto a la implantación a lo largo del tiempo señalar que de los 4494 dominios '.coop' registrados actualmente¹, 1185 se activaron en el año 2001, y otros 1613 en el año 2002, dando un total de 2798 dominios. Posteriormente, este ritmo de crecimiento se ha ido ralentizado y en el año 2005 sólo se han registrado 102 dominios. Concretamente en España se puede comprobar que la tendencia en cuenta al uso de los dominios '.coop' ha seguido la misma línea decreciente (gráfico 2).

Gráfico 2. Implantación temporal Dominios .coop en España.



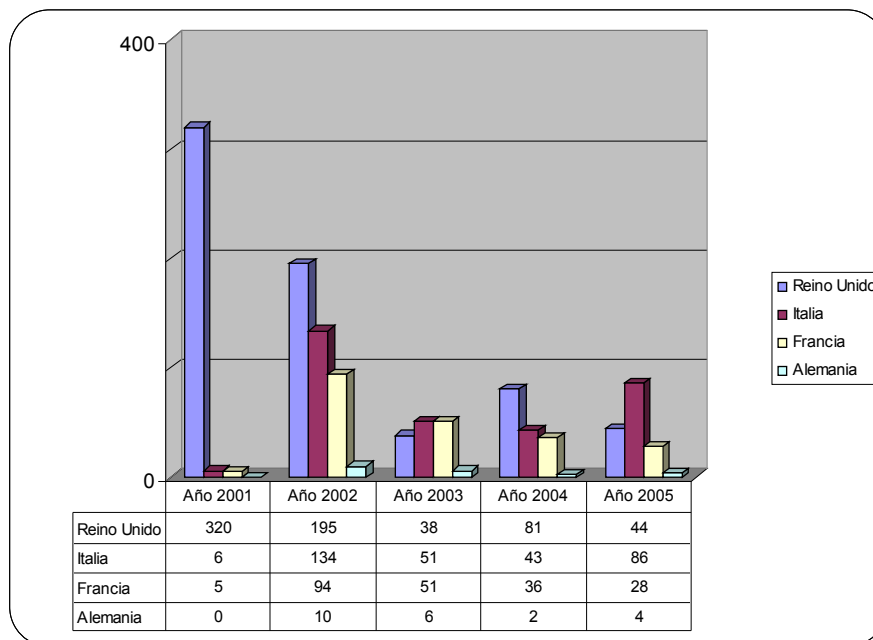
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en www.coop

El mayor número de dominios '.coop' activos se establece en el 2002, y a partir de ahí, comienza un descenso hasta el momento actual (Enero 2006). Si bien

¹ Datos Enero 2006

es cierto, que del 2002 al 2003 se reducen a la mitad, y a partir de ese mismo año la caída no es tan brusca. Esta misma tendencia decreciente, también la podemos observar en diferentes países europeos (Reino Unido, Italia, Francia y Alemania) aunque con distintos grados de implantación (gráfico 3).

Gráfico 3. Implantación temporal Dominios .coop en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en www.coop

Una vez señalado el nivel de implantación de estos dominios y su tendencia general, se analiza el uso de los mismos para intentar ahondar en la justificación y motivación de su utilización.

Análisis implantación y uso en las organizaciones cooperativas

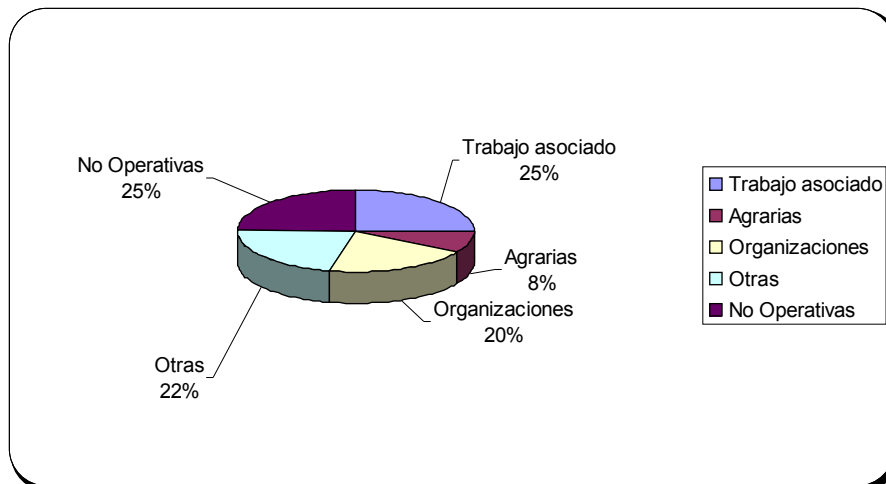
Partiendo del listado de los dominios '.coop' registrados en España² obtenido del sitio Web de promoción y uso del dominio '.coop' (www.coop) se abordó al análisis de las páginas Web operativas o activas basándonos en diferentes criterios internos y externos relacionados con su identidad en la Red.

En primer término, se obtiene que de los 134 dominios registrados sólo 101 (75%) se pueden considerar operativos al apuntar a una determinada página Web. El resto de los dominios registrados no están activos o se dirigen a páginas en construcción (7 casos). Tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, respecto a la distribución según la tipología de entidades cooperativas, las más numerosas son las cooperativas de trabajo asociado (una cuarta parte del total y un tercio de las operativas) seguidas de las agrarias (8% del total). El resto de cooperativas (consumo, crédito, enseñanza, servicios,...) aparecen a un nivel inferior y en conjunto representan un 22% del total (gráfico 4). Cabe destacar el importante peso que están adquiriendo las organizaciones representativas de las

² Datos Enero 2006.

cooperativas (20% del total) tanto a nivel estatal como autonómico a través de las federaciones y confederaciones fundamentalmente. A diferencia de las cooperativas a las que representan, por lo menos algunas de estas organizaciones parecen apostar por la utilización de este dominio, lo cual supondrá un elemento esencial de difusión para el futuro.

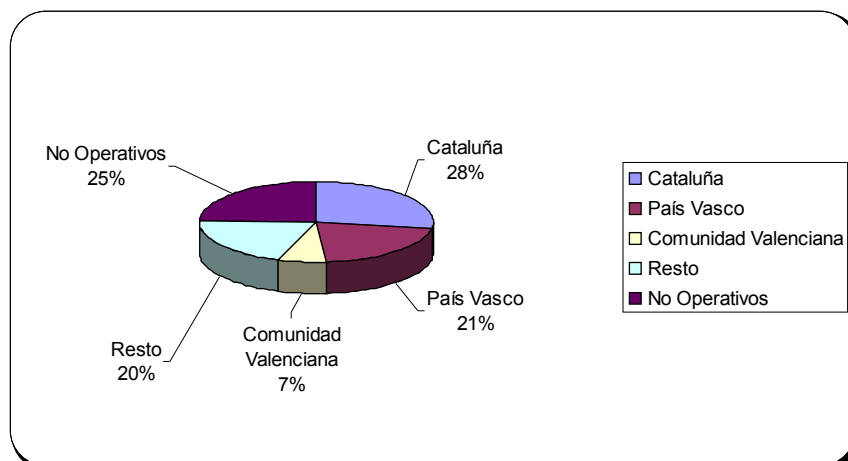
Gráfico 4. Tipos de cooperativas con Dominios .coop en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en www.coop

En cuanto a la distribución geográfica de las cooperativas que disponen de dominio '.coop', tal y como se puede comprobar en el gráfico dispuesto a continuación la mayoría (55% del total y 73% de las operativas) se encuentran en Cataluña, País Vasco y Comunidad Valenciana, que son de las comunidades autónomas con más larga tradición cooperativa (gráfico 5).

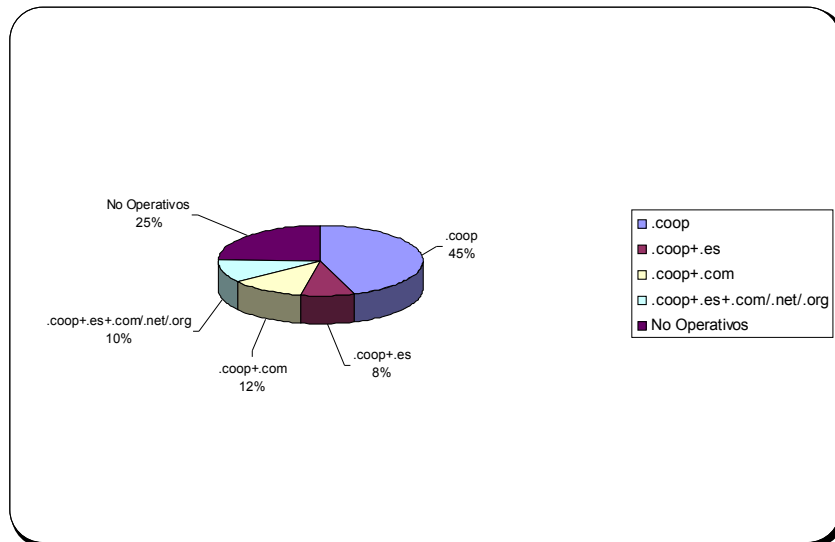
Gráfico 5. Distribución territorial Dominios .coop en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en www.coop

Respecto a la gestión de los dominios la mayoría (45%) sólo disponen del dominio '.coop' y en un 30% de los casos se ha registrado junto con el dominio geográfico correspondiente, en este caso '.es' por ser cooperativas españolas, o al menos con algún dominio genérico ('.com', '.net', '.org'). Sólo un 10% registran junto con el dominio cooperativo el resto de dominios más usuales, que es lo más recomendable (gráfico 6).

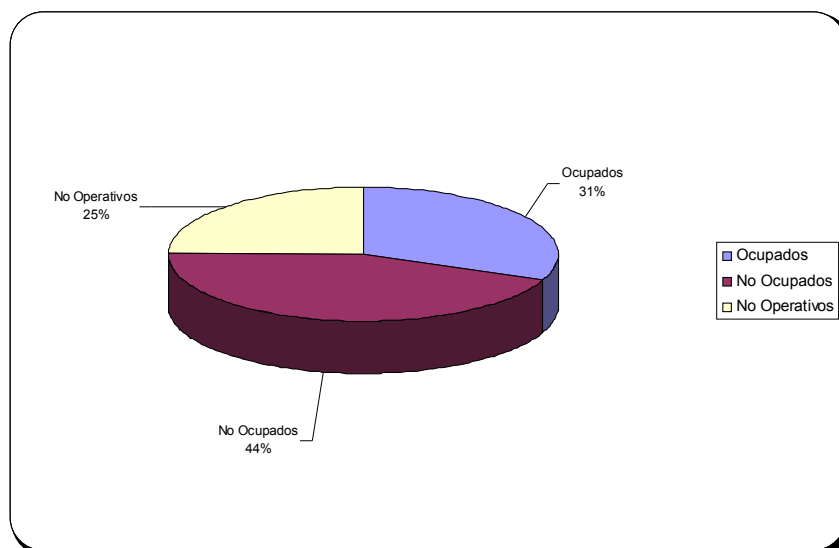
Gráfico 6. Dominios .coop y otros dominios registrados en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en www.coop

Ahondando en el análisis de la gestión de los dominios de las empresas cooperativas, se pueden diferenciar dos grupos claramente diferenciados (gráfico 7). Por una parte, las entidades que además del dominio cooperativo han registrado bien el dominio geográfico ('.es'), bien algún dominio genérico ('.com', '.net', '.org'), o incluso ambos tipos, que se trataría de la práctica más adecuada, evitando así que un dominio sea ocupado por otra entidad, lo cual repercutiría negativamente en la imagen de nuestra organización. Y por otra, las entidades que probablemente se incorporaron tarde a Internet y sólo tienen el dominio '.coop', puesto que el dominio geográfico '.es' y/o los dominios genéricos ('.com', '.net', '.org') se presentan ocupados por otras empresas (31% del total).

Gráfico 7. Dominios .coop y otros dominios ocupados en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en www.coop

Por último, cabe puntualizar que cualquier análisis de las sociedades cooperativas debe considerar los aspectos relacionados con su dimensión social. En este sentido, como primera aproximación a unos indicadores de buenas prácticas de la divulgación de la información cooperativa en Internet, se pueden apuntar dos aspectos fundamentales (García-Martínez y Polo, 2003):

- Referencia clara a su condición de cooperativa y/o a algún/os principio/s cooperativo/s.
- Información sobre la aplicación de excedentes y/o referencia a la dotación al Fondo de Educación y Promoción (FEP) y su uso.

Respecto al primer aspecto sólo 40 sociedades cooperativas realizan una referencia clara a su condición de cooperativa y sólo 6 (incluidas en las anteriores) hablan de los principios cooperativos. En ningún caso aportan algún comentario o información sobre la aplicación de sus excedentes o alguna referencia a la dotación y uso de los fondos cooperativos.

Conclusiones.

Los niveles de aplicación del dominio cooperativo los consideramos poco satisfactorios y consecuentemente estimamos que las cooperativas que utilizan el dominio '.coop' no aprovechan las oportunidades que ofrece la tecnología de Internet para atender, entre otros, al quinto principio cooperativo, con especial incidencia en la información. Parece lógico pensar que las cooperativas que utilizan dicho dominio específico debieran ser las que más profundizasen en esta línea, y se han constatado importantes deficiencias.

También apuntar la baja implantación del dominio '.coop' en las cooperativas españolas y por extensión en las europeas. No cabe duda que el dinamismo que Internet ha presentado en otros ámbitos y actuaciones, no se ha trasladado al uso del dominio cooperativo en España y Europa, en general. Además, dicho dominio sólo es adoptado en la realidad como una identificación adicional o supletoria, y no se aprovecha su potencialidad como marca de identidad.

Esta situación puede deberse a que la creación y difusión del dominio cooperativo ha sido liderado por instituciones de Estados Unidos y Reino Unido fundamentalmente, sin integrar a instituciones representativas de otros países, que han permanecido al margen. En cualquier caso, por lo menos en España, algunas organizaciones representativas del sector cooperativo han registrado el dominio '.coop' siendo un paso que consideramos esencial en la promoción del mismo.

En nuestra opinión, el futuro de la implantación del dominio '.coop' vendrá marcado por su capacidad de diferenciación de la realidad cooperativa en el marco de las interacciones y transacciones electrónicas con los socios y el público en general, aún poco desarrolladas. Si no es así, en el mejor de los casos, no pasará de ser un dominio adicional al correspondiente dominio geográfico o genérico.

BIBLIOGRAFÍA

ACI, (1998). “*Cooperativas y la Globalización de la economía*”, 76ª Jornada Cooperativa Internacional, Lyon.

Briz, J., Laso, I. (2001). “*Internet y Comercio electrónico*”. MundiPrensa.

Bunge E, (1985), “*La Ciencia, su Método y su Filosofía*”. Editorial Siglo XX. Buenos Aires Argentina

Castells, M. (2001) “*La Galaxia Internet*” Plaza & Janés Editores, S.A. Madrid.

García-Martínez, G.; Polo, F. (2003) “*Análisis de la situación actual de la implantación del dominio .coop en las cooperativas a nivel nacional*” IX Jornadas de Investigadores en Economía Social y Cooperativa. Valladolid, Noviembre 6-7.

Hazen, P. (2001) “*Coop... then Global Cooperative Brand*”. Canadian Co-operative Association National Congress. St. John, New Brunswick, June 21-23.

Izquierdo Albert, C. (2005), “*El cooperativismo, una alternativa de desarrollo a la globalización neoliberal para América Latina: una visión desde la identidad cooperativa*”. Ed. Eumed.net.

Juliá, J.F.; García-Martínez, G. (2002) “*El dominio .coop. Un instrumento de intercooperación en la red de redes*” VIII Jornadas de Investigadores en Economía Social y Cooperativas. Tenerife. Abril 4-5.

Miller, P. (1999) “*Co-ops are staking their claim in the boomtown called the Internet*” Rural Cooperatives. Marzo/Abril.

Montolío, J. M., (2000), “*Legislación cooperativa en la Unión Europea*”. Ed., Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Organización Internacional del Trabajo, (2000), “*Promoción de las cooperativas*”, Ginebra.

Organización Internacional del Trabajo, (2002), “*La promoción de las cooperativas*”. Recomendación 193.

Laso, I., Iglesias, M. (2002). “*Internet, Comercio colaborativo y mComercio*”. MundiPrensa.

Suárez, A. (2001) “*Nueva Economía y Nueva Sociedad*” Prentice-Hall. Madrid.