

LA EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS FINANCIEROS DE LAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO ESPAÑOLAS: 2002 - 2006

Mayra L. VIEIRA CANO, mayra.vieira@upb.edu.co, Universidad Pontificia Bolivariana – UPB
Alejandro OLAYA DAVILA, alejandro.olaya@upb.edu.co, Universidad Pontificia Bolivariana – UPB
Ricardo J. PALOMO ZURDO, palzur@ceu.es, Universidad San Pablo-CEU

Resumen:

El principal objetivo de este trabajo consiste en analizar las tendencias de la demanda de productos y servicios financieros, de socios y clientes de las cooperativas de crédito en España. Lo anterior desde la evolución de las cifras de ventas de productos, como; tarjetas de crédito y debito, TPV's, número de operaciones acreedoras, número de comercios y número de cajeros automáticos, registradas por las cooperativas en el quinquenio comprendido entre los años 2002 y 2006. De igual forma se compara la tendencia de la demanda de estos productos y servicios, con la evolución de los márgenes de intermediación, el beneficio neto obtenido, la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera logradas en el periodo de tiempo objeto de estudio, para efectos de análisis de eficiencia y competitividad de las cooperativas de crédito.

Abstract:

The main aim of this work is to analyze the trend in financial products and services demand, from associates and customers of credit co-operatives in Spain. We examine sales numbers regarding credit and debit cards, POS (Points of Sale), the number of retailers and ATMs as registered by credit-cooperatives between 2002 and 2006. Also we compare the trend of demand of these products and services in relation to main margins such as net profits and economic and financial profitabilities during this period, with the aim of analyzing the efficiency and competitiveness of credit co-operatives.

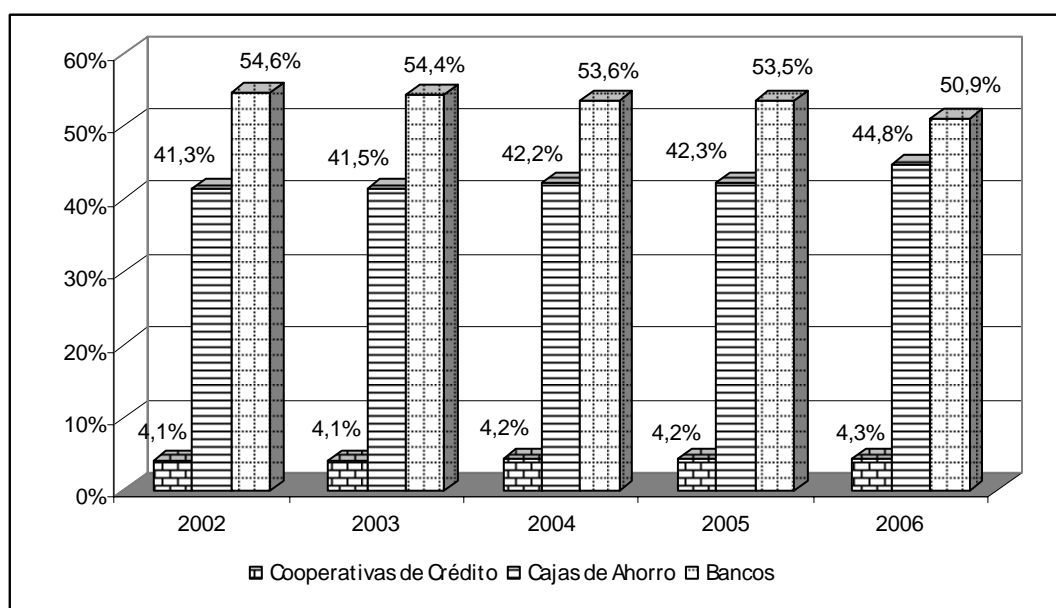
INTRODUCCIÓN: RETOS DE LAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO EN UN ENTORNO COMPETITIVO.

El sistema bancario español, se encuentra constituido básicamente por tres tipos de entidades financieras: bancos, cajas de ahorros y cooperativas de créditos. Todas ellas hoy, acreditadas legalmente para la realización las mismas operaciones financieras y supervisadas bajo normativas equivalentes. En dicho sistema la participación de las cooperativas de crédito se ilustra en el grafico 1.

Grafico 1.

ENTIDADES DE CRÉDITO. PESO RELATIVO POR INSTITUCIONES

(Porcentaje sobre Balance).



Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario 2006 de las Cooperativas de Crédito*.

Específicamente las cooperativas de crédito, cuya misión se hace explícita en la Ley 13/1989, de 26 de mayo, de Cooperativas de Crédito y las disposiciones posteriores sobre la materia, en las que se señala que "su objeto social es servir a las necesidades financieras de sus socios y de terceros mediante el ejercicio de las actividades propias de las entidades de crédito", se han clasificado según la naturaleza de sus actividades, en tres categorías,

1) Las cajas rurales, que tienen por objeto social posibilitar el acceso a créditos agrarios a socios y usuarios, dentro de un ámbito de actuación rural provincial o urbano. Consideradas el grupo más significativo dada su presencia territorial y sus volúmenes de activos, empleados y clientes. Actualmente representan 92,8% del total de las cooperativas de crédito;

2) Las cajas populares, cooperativas de crédito especialmente vinculadas con determinadas actividades empresariales y profesionales (no rurales), en un ámbito de actuación que generalmente puede identificarse como urbano. Actualmente se constituyen como el 2,4% del total de las cooperativas de crédito en España; y

3) Las cajas profesionales son cooperativas de crédito orientadas al servicio a determinados colectivos y colegios profesionales. Hay una caja de abogados, otra de ingenieros industriales y otra de arquitectos con sede social en Barcelona, mientras que los ingenieros de caminos cuentan con otra entidad equivalente en Madrid, componen el 4,8% del total de las cooperativas de crédito españolas. Éstas y otras participaciones se observan en la tabla 1.

Tabla 1.

Participaciones en el Sector de Cooperativas de Crédito.

	Número de Instituciones		Activo Total Medio	
	Total	Participación	Total	Participación
Cajas Rurales	77	92,8%	69.002.941	79,3%
Cajas Populares y Profesionales	6	7,2%	17.959.591	20,7%
Total Sector	83		86.962.532	

Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario 2006 Cooperativas de Crédito*.

En el mercado financiero actual las entidades de crédito cooperativo asumen una posición competitiva, en condiciones similares a las de cualquier otro tipo de entidad crediticia, enfrentando por tanto, retos comunes a todas las formas bancarias participantes del mercado.

Como consecuencia de la intensificación de la competencia y de la menor dimensión relativa de estas entidades, con respecto a los bancos y cajas de ahorros, las cooperativas de crédito deberán emprender estrategias que les permitan robustecer su cohesión interna, mantener, desarrollar e incrementar el potencial de las características propias de su forma, como son: la especialización, la proximidad física y personal al socio y al usuario, el conocimiento de sus necesidades y circunstancias, el apoyo y asesoramiento en sus decisiones financieras y el reconocimiento de su vinculación territorial y/o sectorial.

Como ya se señaló, el motivo originario y casi exclusivo del crédito cooperativo, consistente en atender las necesidades financieras de sus socios y sólo se justifica y se conserva vigente en la actualidad, si se interpreta como la necesidad de prestar un servicio financiero específicamente adaptado al usuario, e integrado en un servicio de intermediación y de asesoramiento de más amplio contenido y con carácter global que, realmente, sea percibido por los socios como una decidida orientación a la satisfacción de sus requisitos en mejores condiciones que otras entidades financieras competidoras.

Es por lo anterior que resulta relevante el análisis del comportamiento de algunos de los productos representativos ofrecidos en general por el sistema bancario, como son las tarjetas débito y crédito, los TPV's y las operaciones acreedoras, a partir de datos reportados por las cooperativas de crédito en el quinquenio comprendido entre los años 2002 y 2006. Esto permite ampliar el conocimiento de clientes y mercados de las cooperativas de crédito en España y considerar a partir de las conclusiones obtenidas la introducción de innovaciones en procesos, productos y servicios, que acorde con las estrategias planteadas, contribuyan a mantener un matiz diferenciador como centro de explotación de una ventaja competitiva viable y sostenible.

1. TENDENCIAS DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS FINANCIEROS DE LAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO.

Las cooperativas de crédito en España, por ser instituciones con atributos de cooperativismo y de entidad crediticia, cuentan con características inherentes a su condición, que supeditan su público real y potencial, algunas de estas son, según Belmonte (2007)¹:

- *El interés común que subyace en su origen*, es decir que como requisito fundamental deben contar con un fin que concierna a un grupo particular y homogéneo de clientes.
- *La estructura de la propiedad del capital*, considerada la principal diferencia con la tipología de sociedad anónima, frecuente en el sector financiero, este rasgo de las cooperativas de crédito, implica que el poder en la toma de decisiones se distribuye según el principio “un socio – un voto” y no a partir de la participación en el capital de cada socio. En la mayoría de los casos, los clientes de las cooperativas son también sus socios.

Por lo cual, los usuarios de este tipo de entidad suelen tener en común las siguientes características:

- Domiciliados en zona geográfica común.
- Pertenecientes a un mismo gremio profesional.
- Históricamente con niveles de riesgo bajo.
- En simultáneo clientes y socios de la entidad.

La tendencia en la captación de clientes, durante el periodo de estudio, ha sido positiva, como se observa en el gráfico 2, sin embargo se advierte una desaceleración en los últimos tres años, en los que las variaciones entre un año y otro, pasan de una media aproximada igual al 5% entre los años 2002 y 2004 al 1,5% entre los años 2004 y 2006.

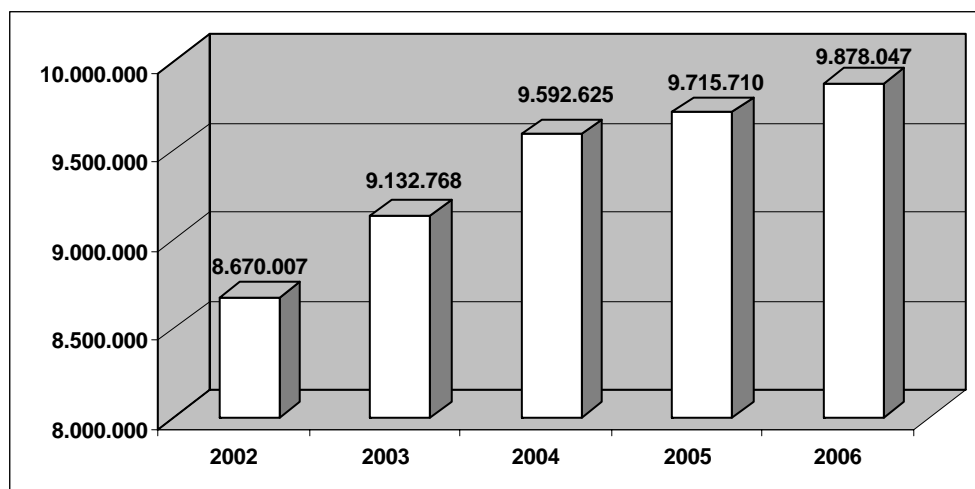
Las cooperativas de crédito han desarrollado un modelo de banca especial y especializada, de origen netamente empresarial o profesional, compatible con una vocación universal requerida por la necesidad de diversificar su actividad para evitar, entre otras cosas, la concentración de riesgos sectoriales. En cualquier caso, las cooperativas de crédito no pueden olvidar su carácter dual como entidades financieras y como sociedades cooperativas (Palomo, 2004b).

Históricamente, este tipo de cooperativas han puesto en marcha tres tipos de estrategia, especialización territorial, especialización sectorial y diferenciación (Belmonte, 2007, p.142).

Gráfico 2.

¹ Ver BELMONTE, Luís. El Sector de las cooperativas de crédito en España: Un estudio por Comunidades Autónomas. Sevilla: Consejo Económico y Social de Andalucía 2007. p 136.

Tendencia de número de clientes de cooperativas de crédito en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

Especialmente durante la última década, las cooperativas de crédito han desplegado una combinación de estrategias para adaptarse al nuevo entorno socioeconómico. No se ha tratado de actuaciones directamente orientadas a la consecución de un negocio o de meros resultados económicos; sino que, en la mayoría de las ocasiones, ha sido la respuesta necesaria para mantener su finalidad original de satisfacción de las necesidades financieras de sus socios (su propio objeto social). Entre esas estrategias, se encuentran la cooperación mediante la creación de “grupos financieros cooperativos” (Barea, Juliá y Mónzón, 1999), como es el caso del Grupo Caja Rural (que cuenta con entidades de servicios centrales para las 73 cajas rurales asociadas), las estrategias de crecimiento individual, tanto internas como externas vías fusiones y adquisiciones, y la reestructuración y modernización de sistemas operativos, recursos humanos, etc.

El comportamiento de la demanda de productos financieros ofertados por las cooperativas de crédito, luego de emprendidas estas estrategias, es el objeto de análisis de éste apartado. Para ello se analizaron las tendencias de las siguientes variables:

- Número de Cajeros automáticos: Cantidad de dispositivos electrónicos que, principalmente, permiten la retirada de efectivo por parte del titular de una tarjeta de pago.
- Número de Tarjetas débito: Cantidad de medios electrónicos de pago de bienes y servicios en el que el cargo contra los fondos de los que el titular disponga en una entidad financiera se hace de manera instantánea.
- Número de Tarjetas crédito: Cantidad de instrumentos electrónicos que permite efectuar el pago –normalmente diferido al final del mes- de bienes de consumo y servicios sin disponer de dinero en efectivo y que también permite extraer dinero en efectivo de cajeros automáticos, aunque esta operación comporta el cobro de una comisión.
- Número de Comercios: Cantidad de establecimientos comerciales con acceso a TPV.

- Número de TPV: Cantidad de dispositivos electrónicos situados en los puntos de venta de productos o servicios en los que se efectúan las correspondientes comprobaciones/autorizaciones previas a la aceptación de la tarjeta como pago de la transacción comercial.
- Operaciones acreedoras: Cualquier operación mediante la cual las entidades de crédito captan sus recursos. Esta denominación tiene su origen en que la anotación contable se realiza en el pasivo del balance de la entidad de crédito. Específicamente se analizarán:
 - Número de Cuentas corriente / Cuentas de ahorro: Cantidad de depósitos, disponibles a la vista (en cualquier momento) en el caso de la cuenta corriente o con preaviso en el caso de la de ahorro (aunque este requisito cada vez se diluye más y la cuenta de ahorro se asimila en la práctica a un depósito a la vista).
 - Número de Imposiciones a plazo fijo: Cantidad de depósito a plazo, es decir, no reintegrable hasta su vencimiento, salvo haciendo frente a una penalización si así lo estipula el contrato. Dependiendo de la entidad, se puede instrumentar en una cartilla.

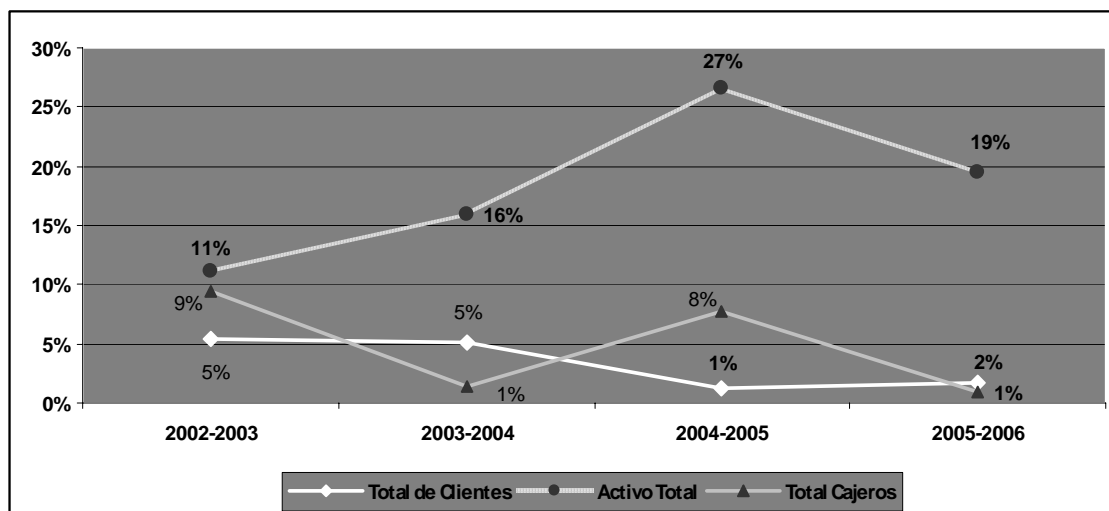
Todas estas variables han sido analizadas por cooperativa de crédito, por tipo de cooperativa y totales del sector. Para ello se han utilizado los datos de las cooperativas de crédito en el periodo de tiempo comprendido entre los años 2002 y 2006, presentados en los anuarios de la Unión Nacional de Cooperativas de Crédito (UNACC) y las tendencias encontradas son:

a. Cajeros automáticos: durante el quinquenio analizado, la tendencia en el número de cajeros ha sido siempre positiva, presentando incrementos año tras año, acordes con la variación en el número de clientes registrada por este tipo de entidades. En el gráfico 3, se observan las variaciones positivas, que se registraron tanto para las cajas rurales, como para el grupo de las cajas populares y profesionales y en consecuencia para el sector.

La media de cajeros automáticos por caja, pasó de 45 a 55 entre el 2002 y el 2006, lo que representa un crecimiento en número de cajeros total de más del 20%. Cabe anotar que en proporción al número de cooperativas de cada grupo, existen más cajeros automáticos por cooperativa popular o profesional, que por cooperativa rural, aunque el crecimiento en el número de cajeros es más alto para el grupo de las cajas rurales (21,6%) que para el grupo de las cajas populares y profesionales (14,5%).

Grafico 3.

Variaciones en Total de clientes, Activo Total y Total de Cajeros.
Cooperativas de Crédito 2002 - 2006



Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

Las participaciones más altas en el total de cajeros automáticos por cooperativa² se observan en la tabla 2, donde se destaca el liderazgo de Cajamar, del grupo de las cajas rulares, con alrededor de 788 cajeros automáticos en 2006 (una relación aproximada 460 clientes por cajero) y Caja Laboral Popular, con 497 dispositivos electrónicos para el retiro de dinero (una relación aproximada 501 clientes por cajero).

Tabla 2.

Evolución de la participación por cooperativa en el total de cajeros automáticos.

Coop. de Crédito	2002	2003	2004	2005	2006
CAJAMAR, C.R.	16,7%	17,2%	18,0%	16,9%	17,3%
C. LABORAL POPULAR	11,6%	11,0%	11,1%	10,5%	10,9%
C.R. DEL MEDITERRÁNEO	9,3%	9,1%	9,2%	8,6%	8,9%
C.R. DEL SUR	8,6%	8,2%	8,1%	7,8%	7,9%
C.R. DE GRANADA	6,0%	4,7%	4,6%	4,8%	4,9%
C.R. DE NAVARRA	4,2%	4,5%	4,6%	4,7%	4,8%
C.R. DE JAÉN	3,2%	3,3%	3,2%	3,2%	3,2%
C.R. DE EXTREMADURA	2,9%	2,8%	2,8%	3,0%	3,1%
C.R. DE TOLEDO	2,8%	2,7%	2,6%	2,6%	2,6%
C.R. ARAGONESA Y PIRINEOS	2,7%	2,6%	2,6%	2,5%	2,5%
C.R. DE ASTURIAS	2,2%	2,2%	2,4%	2,4%	2,5%
C.R. DE ARAGÓN	2,0%	2,1%	2,1%	2,0%	2,1%
OTRAS	27,7%	29,6%	28,6%	30,8%	29,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

² Cooperativas con participación superior al 2% en el 2002 y su correspondiente evolución en el periodo de análisis.

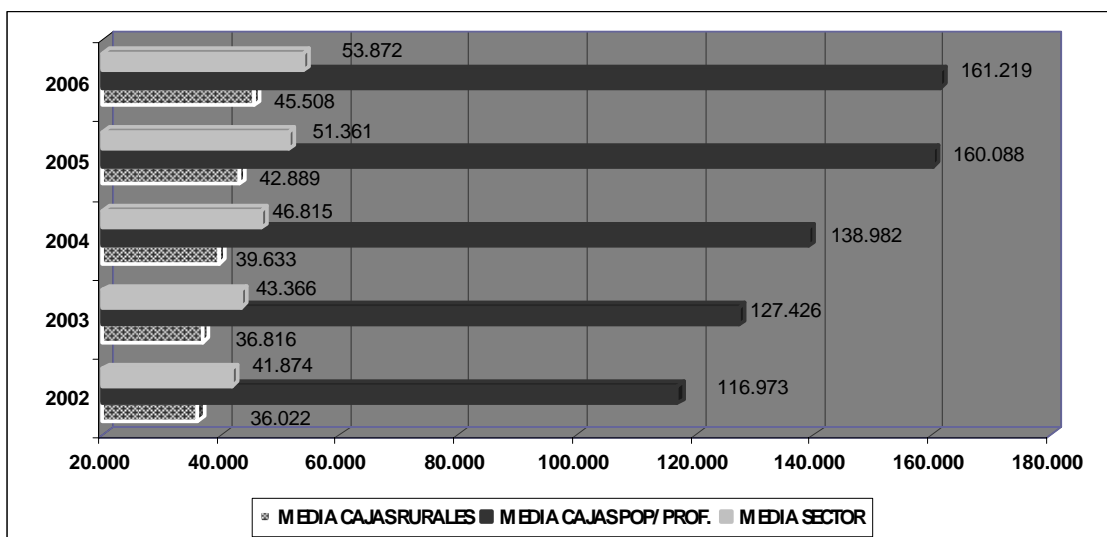
Solo en el 2002 las participaciones suman un 100%, en el resto de los años puede que no sea así, pues se realiza un seguimiento a las cooperativas que en el 2002 tenían una participación superior al 2%.

b. Tarjetas debito y Tarjetas crédito: el comportamiento en el numero de tarjetas debito expedidas por las cooperativas de crédito, resulta según los datos analizados, al alza en todos los periodos de tiempo examinados, con incrementos que van desde un 3,6% entre los años 2002 y 2003, experimentando subidas aun mas elevadas entre 2003 y 2005, con una media del 8,8% anual y descendiendo a un 4,9% entre 2005 y 2006.

En el grafico 4, se advierte la media por año que se ha registrado en el total de tarjetas expedidas en general por el sector y más particularmente el grupo de las cajas rurales y cajas populares y profesionales.

Grafico 4.

Media de tarjetas debito y crédito, expedida por año en el sector de las cooperativas de crédito.



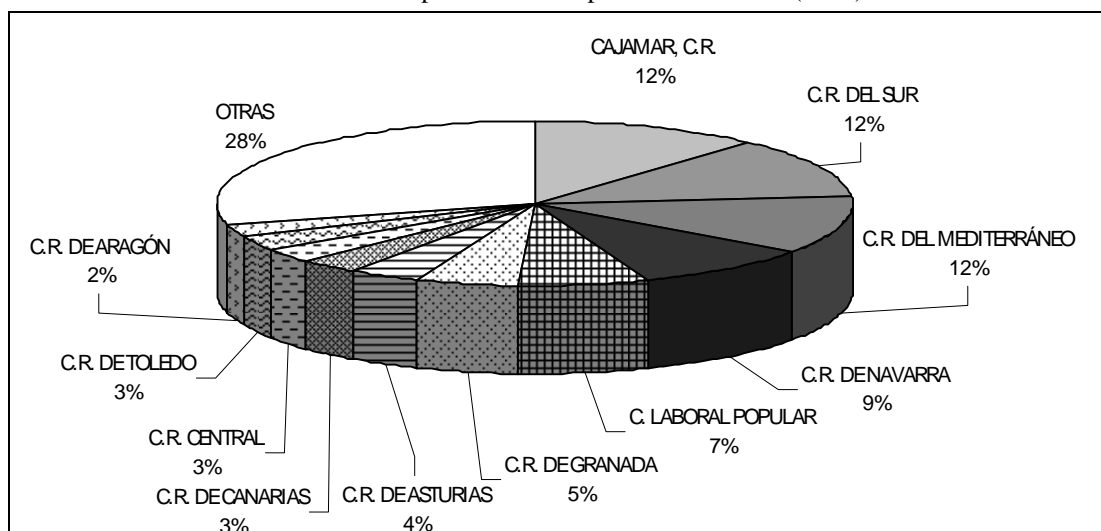
Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

Las cooperativas de crédito Cajamar y Caja Laboral Popular, conservan durante el periodo de análisis un liderazgo evidente en la expedición de tarjetas de crédito y tarjetas debito, coherente esto con el volumen de clientes y cajeros automáticos de cada una de ellas.

c. TPV's: en cuanto al número de terminales situado en puntos de venta, la cifra crece a una media anual de 8,3%, sin embargo se destaca, entre los años 2003 y 2004, un leve decrecimiento en la cantidad de TPV's, al pasar de 70.490 a 69.403. Actualmente la media de TPV's se sitúa en 1.054 para las cajas rurales, 997 para el grupo de cajas populares y profesiones y 1.050 para el sector en general y el porcentaje de correlación entre los TPV's y el activo total durante el quinquenio es igual al 97,18%.

Al revisar cuales son las cooperativas de crédito con mayor número de este tipo de terminal, ubicado en puntos de venta, se encuentra que en el 2006, el liderazgo lo llevan tres cooperativas, cada una con 12% de participación sobre el total de TPV's, Cajamar, Caja del Sur y Caja del Mediterráneo (Grafico 5.) de las cuales, presenta un mayor ritmo de crecimiento de 2002 a 2006 en numero de TPV's, Caja del Mediterráneo, con un promedio de 1.044 TPV's mas por año.

Grafico 5.
TPV's - Participación Por Cooperativa de crédito (2006)



Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

d. *Comercios:* la cantidad de establecimientos comerciales, que cuentan con un TPV como alternativa de pago para sus clientes y que ha sido proporcionado por una cooperativa de crédito, es al cierre del 2006, igual a 81.456, lo que equivale a 16.819 más que en el 2002 (tabla 3). Al igual que lo sucedido con los TPV's, se genera una caída en el total de comercios con este servicio a clientes entre los años 2003 y 2004, y se destaca el incremento de comercios entre 2005 y 2006, para el grupo de las cajas populares y profesionales, de un 1.782%, representado por 5.506 comercios mas. Este incremento es generado casi en su totalidad por Caja Laboral Popular, la cual presentó un registro de comercios entre 2002 y 2005 igual a 0, pero para el año 2006, esta cifra ya ascendía a 5.029 comercios.

Tabla 3.

Comercios con TPV´s provisto por Cooperativas de Crédito

COMERCIOS	2002	2003	2004	2005	2006
TOTAL CAJAS RURALES	64.493	72.358	68.860	74.832	75.641
TOTAL C. POP/PROF.	144	157	271	309	5815
TOTAL SECTOR	64.637	72.515	69.131	75.141	81.456
MEDIA CAJAS RURALES	838	940	894	972	982
MEDIA C. POP/PROF.	24	26	45	52	969
MEDIA SECTOR	779	874	833	905	981

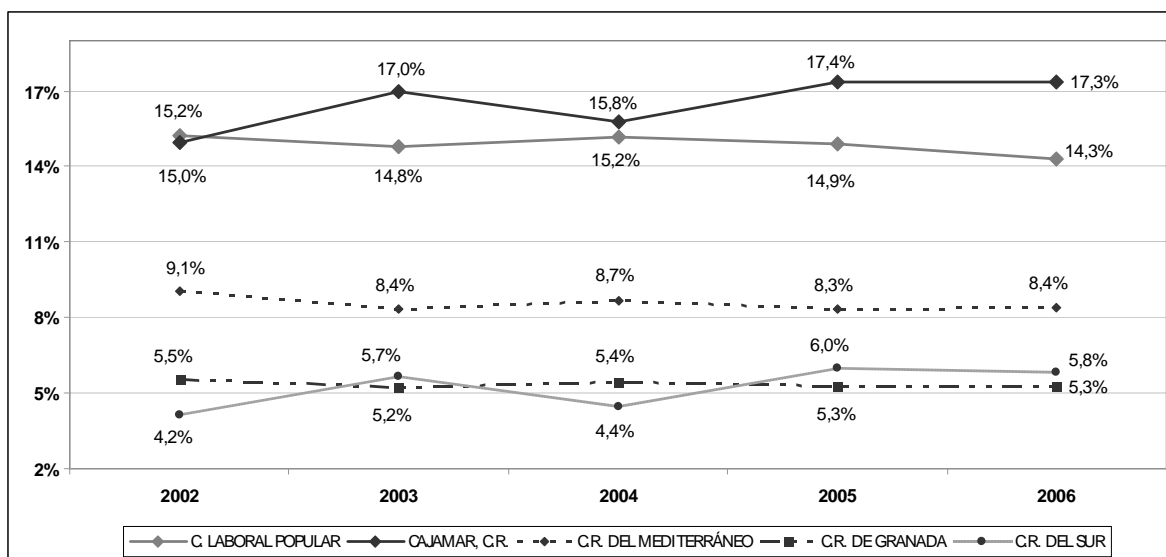
Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

e. Cuentas de ahorro: este producto financiero presenta una tendencia al alza durante el periodo objeto de estudio. La media por cooperativa de crédito pasa de 55.922 a 68.044 cuentas entre el 2002 y el 2006, lo que implica un crecimiento total de 22% entre estos años.

Igual que en los otros productos las cooperativas de crédito, Cajamar y Caja Laboral Popular, concentran durante casi todo el periodo de estudio una cifra aproximada al 30% de las cuentas de ahorro totales abiertas en el sector, como se observa en el grafico 6.

Grafico 6.

Cuentas de ahorro - Participación por caja en el total del Sector de las cooperativas de crédito.



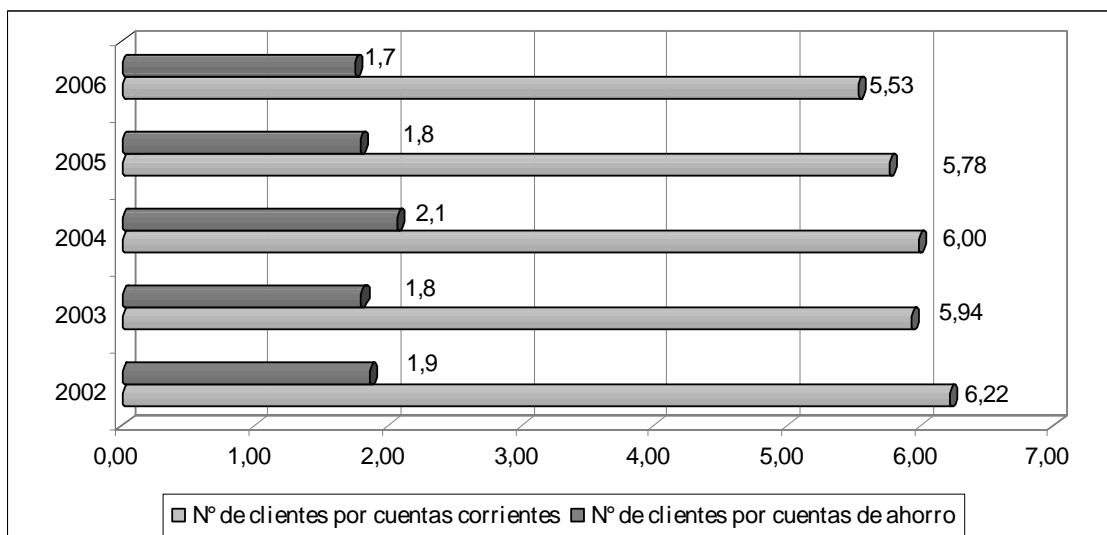
Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

f. Cuentas Corrientes: El número de cuentas corrientes en los 5 años considerados, muestra una media de crecimiento 6,4% anual, superior a la misma medida para cuentas de ahorro (5,1%). Al cierre del 2006 las cooperativas de crédito reportaban un total de 5.647.686 cuentas corrientes vigentes, lo que en proporción, es aproximadamente más de 5 clientes por cada cuenta corriente, indicador que muestra un

crecimiento del número de cuentas corrientes con respecto al número de clientes, pues en el 2002, esta misma relación alcanzaba 6,22 clientes por cuenta corriente. Véase gráfico 7.

Gráfico 7.

Cuentas de ahorro y corrientes vs. Número de clientes de las cooperativas de crédito.

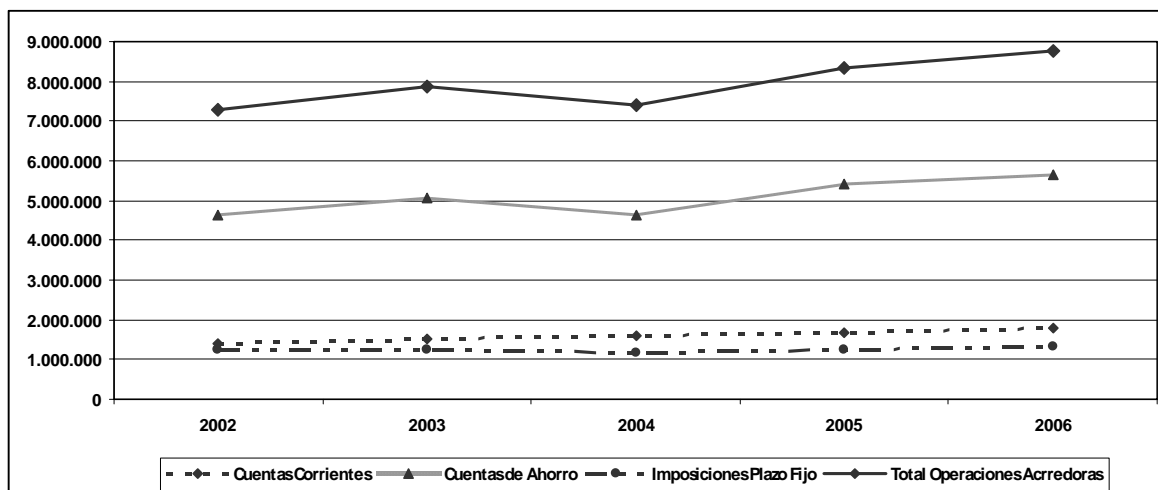


Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

g. *Imposiciones a plazo fijo*: este tipo de depósitos, creció a un ritmo de 3% en las cajas rurales, 0,5% en las cajas profesionales y populares y un 2% en el sector de las cooperativas de crédito en general. Al finalizar el 2006 el volumen de operaciones por plazo fijo en el sector era de 1.327.560, lo que sumado al total de cuentas de ahorro y cuentas corrientes, equivalían a 7.432.706 de operaciones acreedoras (gráfico 8).

Gráfico 8.

Total operaciones Acreedoras, Sector Cooperativa de Crédito.

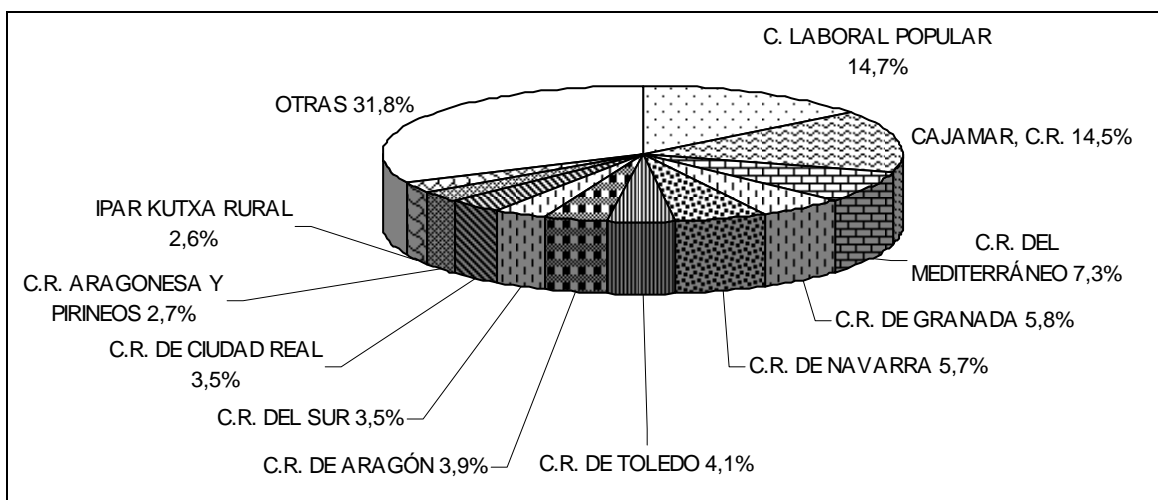


Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

En lo referente a la participación por caja en el sector de las cooperativas de crédito, se mantiene el liderazgo de Caja Laboral Popular y de Cajamar, que acumulan el 30% del total de las imposiciones de plazo fijo en el 2006 (grafico 9).

Grafico 9.

Imposiciones a Plazo Fijo - Participación Por Cooperativa de crédito 2006



Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

2. ANALISIS ECONOMICO DE LAS COOPERATIVAS DE CREDITO.

Las cooperativas de crédito en España, tienen aun un porcentaje reducido del mercado bancario del país, en comparación con las porciones que ostentan las cajas de ahorros y los bancos. Sin embargo las condiciones propias de su forma bancaria, como son la especialización en determinados sectores económicos, su arraigo territorial y su cercanía a los clientes, junto con la función social que desempeñan, determinan la necesidad de incrementar su posición competitiva frente a cajas y bancos.

En este apartado se presenta un análisis de las cooperativas de crédito, desde su comportamiento financiero, evaluado a partir de variables como: Activo Total Medio, Margen de intermediación, Beneficio Neto, Rentabilidad Económica y Rentabilidad Financiera, de las cooperativas de crédito españolas en el periodo de tiempo comprendido entre 2002 y 2006.

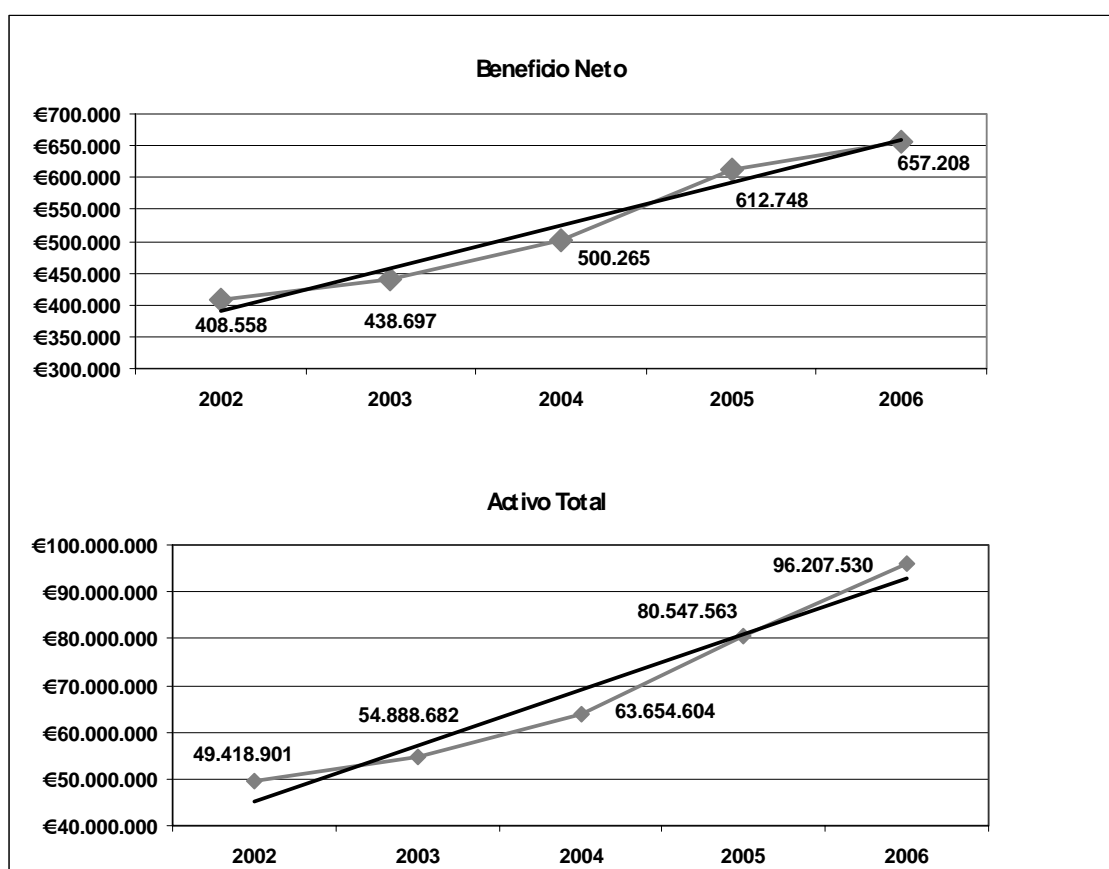
El activo total medio de las cooperativas de crédito en 2002 alcanzaba un volumen de €47.583.997, repartido un 10% en las cajas populares y profesionales y 90% en las cajas rurales, mientras que al 2006 las cajas populares y profesionales ya habían alcanzado duplicar su porción en el activo total medio del sector, alcanzando más de un 20% del total con €17.959.591. El comportamiento del activo total medio

muestra un coeficiente de correlación positivo con el número de clientes de las cooperativas en dicho periodo, igual al 87%.

Asimismo al comparar el crecimiento del activo total con el del beneficio neto obtenido, se encuentra que en todos los años estudiados, la tasa de crecimiento del activo total ha sido superior a la tasa de crecimiento del beneficio neto, distinguiéndose el periodo 2005 – 2006, en el que esta tasa decreció de un 22% (entre 2004 y 2005) a un 7% para el beneficio neto, mientras que la del activo total paso de 27% a un 19% respectivamente (grafico 10).

Grafico 10.

El beneficio neto y el activo total de las cooperativas de crédito en España 2002 – 2006.



Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

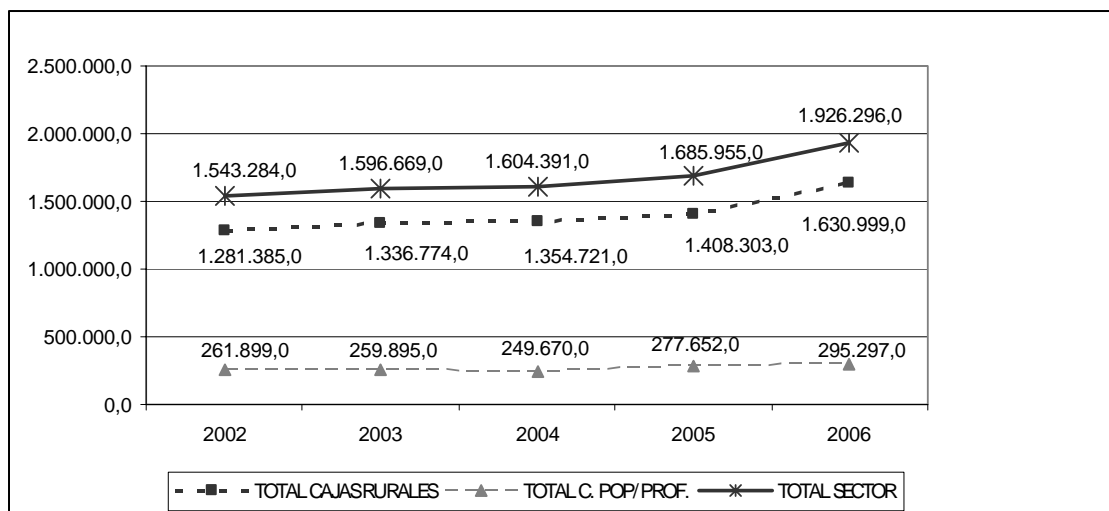
La correlación entre el activo total y el beneficio neto, en el periodo de análisis, es del 98,9%, mientras que con el margen de intermediación es alcanzado por el conjunto de las cooperativas esta correlación es igual al 94,5%, lo cual resulta coherente con las tendencias del mercado.

El margen de intermediación de las cooperativas de crédito en el periodo de estudio presento el comportamiento observado en el grafico 11, donde se presenta una tendencia ascendente tanto para las

cajas de ahorro rurales, como para el grupo de las populares y profesionales. En contraste el porcentaje de margen de intermediación de las cajas, obtenido de la relación entre el activo total medio y el margen de intermediación total ha decrecido de manera constante durante el mismo periodo, como se presenta en la tabla 4. Lo anterior permite deducir el activo total medio crece mas proporcionalmente que lo que crece el margen de intermediación total de las cooperativas de crédito en el mismo periodo.

Grafico 11.

El Margen de Intermediación Total de las Cooperativas de Crédito en España 2002 - 2006



Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

Tabla 4.

Porcentaje de Margen de Intermediación de las Cooperativas de Crédito en España 2002 – 2006

	2002	2003	2004	2005	2006
TOTAL CAJAS RURALES	3,45	3,21	2,88	2,46	2,36
TOTAL C. POP/PROF.	2,5	2,31	1,98	1,85	1,64
TOTAL SECTOR	3,24	3,02	2,69	2,33	2,22

Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

Las rentabilidades económica y financiera del grupo de las cooperativas de crédito presentan una tendencia negativa durante el periodo de estudio, y en total han decrecido un 12% y un 5% respectivamente (Tabla 5).

Tabla 5.

Rentabilidad Económica y Financiera de las Cooperativas de Crédito en España 2002 – 2006

	2002	2003	2004	2005	2006
RENTAB. ECON.	0,86	0,83	0,84	0,85	0,76
RENTAB. FINANC.	9,95	9,75	9,96	9,8	9,50

Fuente: Elaboración propia a partir de: UNACC (2006), *Anuario Cooperativas de Crédito (Varios Años)*.

3. CONCLUSIONES.

- Luego de la realización del análisis del comportamiento de los mas representativos productos financieros ofertados por las cooperativas de crédito en España, se observa con claridad un crecimiento de las entidades que conforman el sector, coherente con el incremento en el numero de clientes pero que no representa un cambio significativo en la cuota de mercado que ostenta el grupo de las cooperativas de crédito en el sector financiero en general.
- Como consecuencia de la intensificación de la competencia y de la menor dimensión relativa de estas entidades, con respecto a los bancos y cajas de ahorros, las cooperativas de crédito deberán emprender estrategias que les permitan robustecer su cohesión interna, mantener, desarrollar e incrementar el potencial de las características propias de su forma, como son: la especialización, la proximidad física y personal al socio y al usuario, el conocimiento de sus necesidades y circunstancias, el apoyo y asesoramiento en sus decisiones financieras y el reconocimiento de su vinculación territorial y/o sectorial.
- Se observa solo 3 de las 83 entidades que conforman el grupo de las cooperativas de crédito en España, muestran una posición competitiva en el sector financiero de este país, ostentando el liderazgo comercial y los incrementos más significativos en número de clientes y en oferta de productos financieros. Esta desigualdad se hace mas evidente en el grupo de las cajas populares y profesionales, en el que por ejemplo, la caja líder tiene un nivel de activo total medio 3 veces superior a la suma de los activos totales medios de todas las demás cajas del grupo.
- El crecimiento de las cooperativas de crédito se refleja también en sus indicadores financieros, encontrándose tendencias positivas en el activo total medio y en el beneficio neto, sin embargo durante el periodo de estudio tanto la rentabilidad económica, como la rentabilidad financiera de las cooperativas decrecieron.

BIBLIOGRAFIA.

- Belmonte Ureña, L. J. (2007). *El sector de las cooperativas de crédito en España. Un estudio por Comunidades Autónomas*. Sevilla. Consejo Económico y Social de Andalucía.
- Borgés Lobera, A. (2003). “Bancos y cajas: estrategias divergentes”, *Análisis*, 112, pp. 5-30.
- Carrasco, I. (2005). “La ética como eficiencia: la responsabilidad social en las cooperativas de crédito españolas”. *CIRIEC-España*, 53, pp. 351-367.
- Palomo Zurdo, R. J. (2001). *Banca cooperativa: Entorno Financiero y proyección social*. Madrid. Unión Nacional de Cooperativas de Crédito.
- Palomo Zurdo, R. J. (1999). “Análisis empírico del criterio de territorialidad en la actividad de las cajas rurales españolas”. *Revista Europea de Dirección y Economía de Empresa*, 8 (2); pp. 41 – 62.
- Palomo Zurdo, R. J. y Mateu Gordón; J. L. (1999). “Verificación de la aplicación del criterio de territorialidad en las cajas rurales españolas”, *CIRIEC – España*, 32, pp. 157-188.
- Palomo Zurdo, R. J. (2004a). “Co-Operative Banks And Savings Banks: Territorial Expansion And The Implementation Of County Advisory Committees”, en Y. Stryjan, R. Spear, S. Karafolas, J. L. Manzón y Chaves R. (Ed) *El futuro de las cooperativas en una Europa en crecimiento*. pp. 361-392. Valencia: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Palomo Zurdo, R. J. (Coord.) (2004b). *Banca cooperativa y economía social en Europa*. Madrid: Unión Nacional de Cooperativas de Crédito, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (DG Fomento de la Economía Social y del fondo Social Europeo).
- Palomo Zurdo, R. J. y Carrasco, I. (2001). *Le Caractère Specifique des Groupes Bancaires Coopératifs dans um Enviroment Financier Global*, in: D. Côté (Dir.) *Lês Holdings Coopératifs: Évolution ou Tranformation Définitive?*. pp. 139-160. Bruselas: De Boeck Université.
- Tatum (2007). *Informe 2007 sobre la evolución de las cooperativas de crédito en España*. Madrid: Tatum.
- Unión Nacional de Cooperativas de Crédito (Varios Años): *Anuario de las Cajas Rurales, Populares y Profesionales*. Madrid. Unión Nacional de Cooperativas de Crédito.