

economía solidaria: escenarios y potencialidades¹

Durante la semana del 26 de septiembre al 2 de octubre pasados se desarrolló en Parque Norte, Ciudad de Buenos Aires, el VI Congreso Federal de Economía Solidaria "Alberto Lettieri", I Congreso Pyme y Micropyme, y I Congreso Indoamericano de Economía Solidaria, organizado por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES).

En el marco del Congreso, que contó con la participación de alrededor de 17 mil cooperativistas, mutualistas y representantes de las pymes y micropymes de todo el país, se desarrollaron conferencias, mesas redondas, charlas informativas, proyecciones y talleres que analizaron el desafío de la Economía Solidaria en el contexto de transformación y desarrollo que vive Indoamérica. Entre estas actividades, tuvo lugar el panel "Economía solidaria: escenarios y potencialidades", del que participaron como expositores el Coordinador del Área de Microcrédito del INAES, César Malato, y Ricardo Rouvier, de la Consultora RR & Asociados.

Introducción

César Malato

Este panel tiene como objetivo comentar algunas de las principales cuestiones que estamos trabajando en el INAES respecto del microcrédito y su papel en la economía solidaria.

Para nosotros las redes de microcrédito no significan únicamente dar un crédito y luego cobrarlo, sino que son un sistema mediante el cual se incorpora, a través de una serie de acciones, al emprendedor a la economía. El emprendedor que recurre a una red de microcrédito o que recurre a un fondo

(1) Panel desarrollado en el marco del Congreso de Economía Solidaria y Asociativismo PyME y Micropyme, organizado por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), que tuvo lugar entre el 26 de septiembre y el 2 de octubre de 2011, en Parque Norte, Ciudad de Buenos Aires.

de microcréditos para financiar su actividad -ya sea comercial, productiva o de servicios- tiene ante sí una oportunidad de incorporación a una actividad económica. Y no únicamente de financiarse; no únicamente de pedir plata y luego devolverla, sino también de acceder a una serie de acciones para poder –en el marco de esas acciones- mejorar su prestación, mejorar su producción, mejorar su servicio o mejorar su comercio.

Una figura que para nosotros es central en las redes de microcrédito es el promotor territorial porque es quien tiene el contacto directo con el emprendedor. Digamos, que hace toda la cadena de contactos con el emprendedor desde el inicio de la tarea del fondo de microcréditos hasta que éste se otorga y que continúa luego mediante un seguimiento. Esto es, en todo lo que hace al entorno favorable que debe tener –o que debemos generarle- a todo emprendedor para que pueda desarrollarse.

El tema del entorno es fundamental también para nosotros porque hace a los vínculos que pueden establecer cada uno de los emprendedores con los recursos humanos, técnicos, los programas, las autoridades locales, nacionales y provinciales para que sea una tarea integrada.

En ese marco hoy tenemos el gusto de contar con Ricardo Rouvier, quien hace un tiempo viene trabajando conjuntamente con el INAES -o a pedido de él- algunas cuestiones que tienen que ver con cómo percibe la comunidad esto que nosotros llamamos la “economía solidaria”; qué piensa la comunidad de la economía solidaria y qué cuestiones evalúa como positivas de las mutuales, de las cooperativas y de las PyMEs; cuánto conoce del cooperativismo, del mutualismo y de lo que hacemos en la comunidad con estas organizaciones; qué potencialidad le ve a este movimiento solidario y otra serie de cuestiones que él bien va a relatar.

Esto nos interesaba hacerlo porque, si bien no tiene un vínculo específico con el microcrédito, sí tiene necesariamente una utilidad de entorno: generar un análisis mayor desde las mutuales y las cooperativas que aplicamos este servicio de microcrédito. Esto es, pensarnos en un escenario más grande, pensarnos en un municipio, en una provincia, en una región; en definitiva, pensarnos en un proyecto de país diferente.

Como bien deben saber, la economía solidaria tiene una concepción política, ideológica, institucional y cultural diferente a la economía capitalista. Desde el mutualismo y el federativismo nos pensamos como economía solidaria y, por

ende, como algo diferente a la economía capitalista. La economía capitalista persigue un fin de lucro y un fin de ganancia para aquel que aporta el capital. Y ese que aporta el capital es el que define la propuesta que se lleva adelante, lo que se hace y lo que no se hace. Por su parte, el empleado es únicamente una variable de ese sistema productivo, comercial o de servicios, ya que no participa opinando ni mucho menos en las ganancias. Por eso, planteamos que desde el cooperativismo y el mutualismo generamos y producimos numerosas cuestiones que tienen que ver con la producción, con los servicios, con el comercio, con la generación de empleo y con la solidaridad social que, de raíz, es absolutamente diferente a la economía capitalista desde el principio.

En la economía capitalista uno no puede opinar, por ejemplo, sobre si le gusta cómo le prestan el servicio telefónico. Cuando se llama a Telefónica o a Telecom, atiende un contestador. Es más, tampoco te invitan a participar de las asambleas de accionistas para ver si el servicio es bueno o es malo. En cambio, en una cooperativa o en una mutual, sí se hace esto. Aquí está la gran diferencia. En una mutual o en una cooperativa nosotros podemos participar como socios activos, como partícipes activos de un proceso de producción de servicios, de comercio, de producción misma, y no así en cualquier sistema del grupo privado.

En esa diferencia nos reflejamos y en esa diferencia es que nosotros creemos que podemos desarrollar con mayor protagonismo y con mayor ahínco nuestras propias economías, nuestros propios servicios, nuestras propias producciones para sí definir las, incidir en ellas, tener opinión y participar de los procesos.

Ricardo Rouvier tiene el objetivo de ayudarnos a pensar este contexto y de reflexionar sobre cuál es el lugar, en qué momento histórico y en qué situación objetiva estamos desarrollando nuestra tarea; de ayudarnos a pensar en esa realidad, a pensar en nuestra acción y, a su vez, para darnos un marco mayor de acción. Tenemos un contexto internacional, un contexto latinoamericano y un contexto argentino, diferente del que teníamos hace tan sólo siete años; contexto que hoy nos favorece debido a una serie acertada de decisiones que el gobierno nacional ha ido tomando.

La economía solidaria en contexto

Ricardo Rouvier

Primero me voy a referir a qué es lo que representa el cooperativismo y el mutualismo en términos objetivos en la sociedad argentina. En el año 2008, el

INAES contrató a una universidad para hacer un censo de cooperativas y mutuales en todo el país. Les paso a relatar algunos datos en base al resultado del mismo.

Cuando hablamos de cooperativismo y mutualismo lo estamos haciendo de una población en entidades que alcanza a diecisiete mil en total, del cual el 75% o un poco más, corresponde a cooperativas y el resto a mutuales.

Si indagamos en la distribución de las mismas, podemos advertir que éstas alcanzan a todo el país. O sea, que el cooperativismo y el mutualismo abarcan a todo el país. Por supuesto, hay lugares que albergan una mayor concentración de estas entidades, como son los casos de la provincia de Santa Fe, la provincia de Córdoba, la provincia de Buenos Aires y la propia Ciudad de Buenos Aires, y otros no tanto.

¿Cuántos asociados hay en total? Catorce millones de personas. Esto es, que el 35% del total de la población de Argentina está ligado, con mayor o menor compromiso, a estas entidades.

¿Cuánto representa la producción de bienes y servicios del cooperativismo y el mutualismo en el PBI, en la creación de riqueza interna total del país? El 9%; una cifra realmente importante. El 9% de todo lo que se produce en Argentina corresponde a un modelo de producción diferenciado del capitalismo tal como nosotros lo conocemos; es decir, un capitalismo en las condiciones ya conocidas por todos, fundamentalmente en lo que respecta a Europa y a los Estados Unidos.

¿Cuántos puestos de trabajo emplea? Esto es muy importante para ver el costado social de esta cuestión. Porque siguiendo con esta idea de diferenciarse del capitalismo, vemos cómo éste avanza con procesos de concentración y centralización del capital. Cada vez más las relaciones técnicas de producción o las relaciones sociales de producción están indicando un incremento mayor de tecnología y cada vez más, en términos relativos, una necesidad menor de puestos de trabajo o una menor fuerza de trabajo.

El mutualismo y el cooperativismo representan en Argentina 290 mil puestos de trabajo. Esta es la realidad objetiva y esto es lo que vale, objetivamente, el mutualismo y el cooperativismo hoy como actor social y económico en la Argentina.

Ahora bien, la pregunta cualitativa sería la siguiente: ¿Nos ve la sociedad argentina de acuerdo a esos datos? En absoluto. Para entender bien esto y no

llevarnos solamente por la intuición, hicimos en el INAES el año pasado una encuesta nacional, a través de la cual indagamos este tema.

Alguna de las conclusiones de esta encuesta dice que el 70% de los argentinos tiene una visión positiva sobre el mutualismo y el cooperativismo. Por su parte, cuando pasamos a la segunda o a la tercer pregunta, donde se indaga qué es lo que hace el cooperativismo y el mutualismo, nos damos cuenta que los valores están en las palabras y que el resto es desconocimiento. Las palabras “cooperativismo” y “mutualismo” tienen valor en Argentina, así como también en todo el mundo. Se retrotrae a historias, a generaciones anteriores, a aventuras maravillosas y productivas de inmigrantes que han llegado a la Argentina, se mezclan con relatos de agrupaciones políticas; pero cuando les preguntamos cómo funciona una cooperativa o qué hace una mutual, el nivel de conocimiento es muy bajo. Y ahí nos damos cuenta que lo que hay es un gran prestigio nominal. O sea, el prestigio de las palabras. Sin embargo, este valor nos plantea un fuerte interrogante cuando pasamos a la situación que acabo de mencionar.

Malato hablaba del tema de los promotores territoriales y de las redes de microcréditos. Efectivamente, la encuesta también mostró que, si se va a lo microscópico, vamos a encontrar un fuerte compromiso del cooperativismo y del mutualismo con el territorio. Entonces, en lo local y en lo micro hay un mayor conocimiento y una clara adhesión. Pero ese conocimiento, en términos relativos, va disminuyendo cuando pasamos al nivel macro, al ámbito de las grandes y medianas ciudades.

En una Argentina muy urbanizada, en las grandes ciudades, por el anonimato propio de éstas, se desconoce que se está comprando tal producto o que se está usando tal servicio de una cooperativa. Entonces, hay un problema de visibilidad. Sería distinta la situación si esta encuesta demostrara que existe un gran desprestigio respecto del mutualismo o del cooperativismo, pero no lo hay. Si bien en algunas encuestas aparecen ciertos recuerdos de acontecimientos dramáticos vinculados a alguna cooperativa que ha caído, lo cierto es que son apariciones ocasionales. En general, el cooperativismo y el mutualismo están prestigiados, y en esto está la clave del tema, porque de algún modo en la sociedad capitalista individualista -que tiene casi un mal de conciencia- aparece prestigiado aquello que es colectivo. Cuando se escucha la palabra “cooperativa” se la vincula inmediatamente a lo colectivo. Por su parte, cuando se escucha la palabra “mutual” se la asocia con asistencia. Estos son los valores que aparecen cuando en las encuestas, en forma abierta y espontánea, preguntamos qué representa una cooperativa o una mutual.

Esa relación de falsa conciencia o de mala conciencia también la tiene la sociedad con el capitalismo. Esa es la verdad. En realidad, vamos a encontrar pocos defensores del capitalismo. En cambio, sí vamos a encontrar muchos actores del capitalismo. Es decir, personas que salgan a defender el egoísmo, el lucro individual, la ambición, la competencia desmedida o el sacar ventajas vamos a encontrar muy pocas, aunque muchos de ellos son parte del sistema.

Entonces, tenemos por un lado los datos objetivos del censo y por el otro, tenemos los datos de la encuesta que nos muestra otra realidad -donde lo que tenemos a favor es el prestigio y lo que tenemos en contra es el desconocimiento-. Lo que cabe ahora, entonces, es la siguiente pregunta: ¿Tiene el cooperativismo y el mutualismo el lugar que los datos objetivos del censo indican? En absoluto. Y mejor que buscar responsables externos lo que deberíamos hacer es buscar los responsables en nosotros mismos. Es decir, algo hemos hecho mal o, mejor dicho, algo no hemos hecho para que esos datos objetivos no se correspondan con una mirada del colectivo social, de la sociedad, más exhaustiva respecto a lo que hacemos. Este es el tema que tenemos hoy: hay una distorsión entre lo que objetivamente somos y cómo subjetivamente nos ven. Y esta distorsión es de comunicación. Pero me permito problematizar un poco más esto diciendo que la cuestión va más allá de este problema de comunicación y es también un problema político. Los problemas de comunicación se resuelven con instrumentos de comunicación; entonces, en realidad, el problema es político. ¿Qué quiere decir esto? Que es la decisión de un actor de serlo. Eso es política y no comunicación. Después usaremos instrumentos de comunicación para poder ajustar los enfoques entre los datos objetivos y la mirada de la sociedad. Porque acá hay que re- enfocar la mirada de la sociedad, que es positiva, pero que también es nula en términos de conocimiento de exhaustividad del actor -qué es el cooperativismo y el mutualismo- y respecto a la definición política del cooperativismo y el mutualismo en la sociedad argentina hoy. Lo que nos está faltando -al ver los números que tenemos según los datos del año pasado y el censo del año 2008- se traduce en términos de definición política.

¿De qué estoy hablando cuando me refiero a “definición política”? Me permito leerles un diálogo muy corto que aparece en un cuento infantil llamado “Humpty Dumpty”, de *Alicia a través del espejo*², la continuación de *Alicia en el país de las maravillas* de Lewis Carroll. El diálogo es entre Humpty Dumpty y Alicia. Dice Humpty

(2) Lewis Carroll: *A través del espejo y lo que Alicia encontró allí* (1871) y *Las aventuras de Alicia en el país de las maravillas* (1865).

Dumpty: “Cuando yo uso una palabra, quiere decir lo que yo quiero que diga. Ni más ni menos.” A lo que Alicia le contesta: “La cuestión es si se puede hacer que las palabras signifiquen tantas cosas diferentes”. Y cierra el diálogo Humpty Dumpty diciendo: “La cuestión es saber quién es el que manda. Eso es todo”. A ver, esto es la política. El tema es saber quién manda. Para poder instalarnos en el término del diagnóstico como un actor social y económico más, para ocupar ese lugar que hoy no estamos ocupando dentro del 9% de PBI nacional, hace falta la política. Y para eso hace falta saber quién manda. Ustedes me podrán decir: “Ya sabemos quien manda: manda la presidenta, manda el Congreso, manda el Poder Judicial”. No. El poder no es el mismo que se pensó en la Revolución Francesa. El poder cambió. El poder ahora está diseminado en muchas partes. Por supuesto que el gobierno es parte del poder. Pero el poder pensado en la Revolución Francesa con el esquema republicano, la división de poderes, los partidos políticos y demás cambió. Porque al diseño republicano y democrático tradicional se le fue agregando con el tiempo -sobre todo con el desarrollo económico, con el desarrollo tecnológico y con la emergencia de las nuevas minorías en las sociedades- sectores de poder que ya no respondían al esquema tradicional de la Revolución Francesa. Por ejemplo, el enorme poder económico de los grandes grupos multinacionales o el gran poder de los medios masivos de comunicación. Al punto tal, que uno de los grandes desafíos de la política hoy en día es lograr, desde el lugar tradicional de poder que le otorgó la Revolución Francesa, resistir a esos otros poderes que no van a elecciones. ¿Cómo resistir el poder de los grupos multinacionales que no van a elecciones y que no constituyen per se un partido político? ¿Cómo resistir al poder de los medios masivos de comunicación que tampoco constituyen partido político ni van a elecciones? Esto es lo que se llama hoy *poliarquía*; la multiplicidad de poder en las sociedades modernas.

Quisiera terminar esta charla insistiendo sobre algo. La cuestión es saber quién manda y la cuestión es también que el cooperativismo y el mutualismo sean parte de los que mandan. Por lo menos, en lo que respecta a la parte correspondiente que hoy no tienen. Es decir, que estén en la mesa que tienen que estar y donde todavía no están. En una sociedad como la actual, que desde el año 2003 a la fecha viene produciendo un cambio importante y central, en el cual se valoriza aquello que antes no era valorizado -el Estado, los sectores de menores ingresos, un mercado que funciona libremente pero que es de algún modo observado-, me parece que hay una adecuación casi perfecta entre lo que es el propósito del cooperativismo y del mutualismo con el propio de una sociedad que fue cambiando lentamente. Esa es la verdad. Impulsado por dirigentes políticos que tomaron la iniciativa, que tomaron la delantera y que se constituyeron, por así decirlo, en

vanguardias políticas en la Argentina. Uno puede estar de acuerdo o no. Pero lo que no se puede decir es que no sean vanguardias políticas.

Creo que esta es la hora del cooperativismo y del mutualismo. Es la hora de ponernos los pantalones largos y avanzar hacia el poder.

Visibilidad, integración y trascendencia

César Malato

Quisiera hacer algunas reflexiones con respecto a lo que plantea Ricardo. Primero en lo que respecta a que existen pocos defensores del capitalismo. Cuando uno piensa esto, no lo está haciendo respecto a quién defiende el lucro ilimitado, la explotación del trabajador, la falta de servicios sociales y demás. José Ignacio de Mendiguren, titular de la UIA, en su exposición en este Congreso decía, refiriéndose a los defensores del capitalismo, que no se trata de que estos señores no conozcan las propuestas que los cooperativistas planteamos, lo que sucede es que no están de acuerdo con ellas. Y me pareció acertado esto respecto de quiénes defienden y quiénes no lo hacen. Digo, no es que no conozcan lo que plantean el cooperativismo, el mutualismo o las PyMEs, sino que no están de acuerdo con esos planteos, ya que tienen planteos absolutamente en las antípodas de los propios de la economía solidaria.

Me voy a referir a tres ejes estratégicos sobre los cuales trabaja el INAES: visibilidad, integración y trascendencia.

Visibilidad por algo que Ricardo Rouvier decía. Somos catorce millones de asociados y producimos el 9% del PBI. O sea, que del total de la economía que se mueve en el país, el 9% lo produce el cooperativismo y el mutualismo, al tiempo que produce también trescientos mil puestos de trabajo. La visibilidad no significa salir en la foto ni hacer un afiche, sino que significa que la sociedad vea lo que estamos haciendo para incorporarse como una propuesta alternativa a la economía tradicional. El mutualismo, el cooperativismo y el asociativismo PyME tienen de por sí una propuesta alternativa que desarrollan en cada servicio que llevan adelante en cada comunidad.

Como bien deben saber, hay un sinnúmero de cooperativas que prestan servicios esenciales para el desarrollo de la vida de cualquier comunidad. Por ejemplo, el agua potable, la telefonía, el gas por redes, el teléfono celular, el cable y demás.

El mutualismo tiene desarrollo en diferentes campos esenciales para la vida de cualquier comunidad. Digo, servicios financieros, turismo, salud, educación, etc. En el marco de este Congreso se desarrolla también un Encuentro Nacional de Educadores de Gestión Social. Esto es, escuelas que son propiedades de cooperativas y mutuales.

Visibilidad significa esto. Que nos vean a los cooperativistas y mutualistas no solamente como “buenos”, sino que se incorporen al trabajo y al desarrollo que tiene este movimiento solidario.

La segunda cuestión es la integración. No podemos estar visibles y fuertes si no estamos integrados. Estas no son palabras elegidas al azar, sino que son ejes estratégicos de trabajo. Integración implica para nosotros una integración vertical desde la base hacia el directivo, de éste hacia la comunidad, de ahí hacia las autoridades locales y de ahí hacia las autoridades provinciales, regionales, nacionales, etc. Y, al mismo tiempo, una integración horizontal con nuestros pares.

Este Encuentro va en busca de estos dos primeros ejes estratégicos que estamos planteando: integración y visibilidad. No podemos estar integrados si no nos conocemos, si no sabemos qué hace cada uno y si no aprovechamos los servicios para poder trabajar coordinada e integradamente en conjunto con todos los demás actores del sector.

El tercer objetivo estratégico es la trascendencia. Esto no implica salir en la televisión; trascendencia no es decir “soy una buena noticia”. Trascendencia es sentarse en la mesa donde se toman las decisiones y no tenerle miedo a la discusión política. Es decir, no tener miedo a sentarse en la discusión del órgano local, en la discusión con el Municipio, con la Legislatura, con el Consejo Municipal y demás a discutir los intereses, a discutir nuestras propuestas y a defender las cuestiones que consideramos que mejoran las prestaciones de los servicios que llevamos adelante. Esto es trascendencia. Éste es el planteo que este VI Congreso Federal desarrolla y lleva adelante y éste es el planteo que estamos haciendo desde el INAES para todo el cooperativismo, el mutualismo y el asociativismo PyME.