

# Revisar prácticas, promover nuevas realidades

## Reflexiones sobre la sostenibilidad en la producción y el consumo desde el cooperativismo<sup>1</sup>

MONTSERRAT MIÑO<sup>2</sup>

### Resumen

*En el artículo, se problematiza el estado de situación del sistema de producción, comercialización y consumo en el capitalismo global, su concentración e impactos sociales y medioambientales. Luego se avanza en un análisis del concepto de sostenibilidad y en su relación con las prácticas, postulados y discursos del cooperativismo, lo que da cuenta a su vez de la oposición entre el capitalismo y la sostenibilidad. Hacia el final, se profundiza en la importancia de crear planes estratégicos desde el cooperativismo hacia la sostenibilidad, y se propicia el debate a través de algunos interrogantes.*

**Palabras clave:** sostenibilidad, producción, comercialización, cooperativismo, objetivos de desarrollo sostenible

---

### Resumo

**Revisar práticas, promover novas realidades. Reflexões sobre a sustentabilidade na produção e no consumo pelo cooperativismo**

*No artigo se focaliza no estado de situação do sistema de produção, comercialização e consumo no capitalismo global, sua concentração e impacto sobre a sociedade e meio ambiente. Logo após, faz-se uma análise do conceito de sustentabilidade e sua relação com as práticas, postulados*

---

<sup>1</sup> La primera versión de este documento habilitó la discusión en los encuentros nacionales previos a la V Cumbre Cooperativa de las Américas.

<sup>2</sup> Socia de la cooperativa Colectivo Solidario. Investigadora del Departamento de Economía Social, Cooperativismo y Autogestión del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini. Licenciada en Sociología, especialista en Políticas Sociales y maestranda en Políticas Sociales por la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Se ha desempeñado como docente en el nivel medio, universitario, en espacios no formales, y como consultora en temáticas de producción y comercialización. Correo electrónico: montse\_snm@hotmail.com.

Artículo arbitrado  
Fecha de recepción:  
07/08/2018  
Fecha de aprobación:  
27/09/2018

---

Revista Idelcoop, N°  
226, Revisar prácticas,  
promover nuevas rea-  
lidades. Reflexiones  
sobre la sostenibilidad  
en la producción y el  
consumo desde el coo-  
perativismo  
ISSN 0327-1919. P. 13-26  
/ Sección: Reflexiones y  
Debates

---

*e discursos do Cooperativismo, o que visibiliza. Por sua vez, a oposição entre capitalismo e sustentabilidade. No fim se aprofunda na importância de criar planos estratégicos do cooperativismo para a sustentabilidade, propiciando-se o debate a través de interrogantes.*

**Palavras-chave:** Sustentabilidade. Produção. Comercialização. Cooperativismo. Objetivos de desenvolvimento sustentável

---

Abstract

**Reviewing practices, promoting new realities. Thoughts on sustainability in production and consumption from the standpoint of co-operativism**

*In this article, the state of the production, marketing and consumption system in global capitalism, its concentration, as well as its social and environmental impacts are problematized. Next, the concept of sustainability is analyzed, along with its relationship with the practices, postulates and discourses of co-operativism, which, in turn, account for the opposition between capitalism and sustainability. Finally, the importance of creating strategic plans from co-operativism towards sustainability is strengthened, and debate is encouraged through questions.*

**Keywords:** sustainability, production, marketing, co-operativism, sustainable development objectives

---

## PROBLEMATIZACIÓN DEL ESTADO DE SITUACIÓN EN EL MODELO CAPITALISTA: PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO

### 1.1 SISTEMA DE PRODUCCIÓN

El sistema productivo capitalista se caracteriza, entre otras cuestiones, por la fragmentación de los momentos de la cadena de valor. Al presentar a la extracción escindida de la elaboración, y a esta de la comercialización, y a la comercialización del consumo –dicho de modo esquemático–, podría resumirse en esos eslabones. Sin embargo, si buscamos entender al sistema de producción-consumo de un modo integral es necesario reconfigurar ese esquema lineal de acción y pensamiento. Si concebimos los eslabones de la cadena productiva como mutuamente determinados, lo que se distingue de la concepción dominante, podemos decir que las fases no son compartimentos estancos, sino que están integradas y se influyen mutuamente. Esto quiere decir, por ejemplo, que los modos de producción delimitan los consumos, que los consumos demandan ciertas formas de comercialización, y así también los modelos de comercialización influyen en la producción y en los consumos. Esta descripción nos permite sostener que no hablamos de un proceso lineal, sino circular, en donde cada estadio posee implicancias en los demás, y está determinado tanto por el momento anterior como por el siguiente. Podríamos decir, entonces, que existe una interconexión entre todos los eslabones.

Si pensamos en el modelo dominante de producción en el capitalismo global, debemos tener en cuenta la enorme concentración de los recursos, ya que las decisiones y el poder se centralizan en pocas manos. Algunos datos estiman que la mayor parte del valor producido se condensa en un número reducido de grandes empresas: ya a inicios del siglo XXI, la tercera parte de la producción mundial total estaba en manos de tan solo doscientas empresas, ra-

dicadas en su mayor parte en los países industrializados, sobre todo en los Estados Unidos, Inglaterra y Japón.<sup>3</sup> Este proceso de globalización, en el que las empresas han ido aumentando su tamaño a través de adquisiciones, compras, fusiones, etc. nos permite decir que asistimos a la mundialización de la producción. En esta, las cadenas de valor son globales, dominadas por empresas transnacionales no solamente dotadas de enorme poder económico, sino también político, ejercido a través de los sistemas de puertas giratorias, poder de *lobby*,<sup>4</sup> capacidad de presión y de acuerdos estratégicos. Algunos otros datos pueden profundizar en la claridad al respecto, según un estudio del Instituto Federal Suizo de Investigación Tecnológica sobre la red del control corporativo global, citado por José Antonio Estévez Araújo,<sup>5</sup> se estima que 737 compañías detentan el 80% del poder corporativo mundial, y unas 147 empresas controlan el 38,4% de ese 80%.

A su vez, este sistema de producción está vinculado a un modelo que requiere altos niveles de combustibles y de energía para abastecer los consumos. Para Enrique Martínez,<sup>6</sup> se trata no solo de un problema de cantidad, sino también de calidad y de poder. Debemos considerar, a su vez, que la base de la oferta energética, tanto para producción de electricidad, como para abastecer a los vehículos, es el petróleo y el gas. Entre ambos recursos –no renovables– se llega al 96% de los insumos utilizados para el transporte mundial de bienes y personas.

### 1.2 SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

El proceso de la concentración económica es una característica de la globalización, que pue-

<sup>3</sup> Fritscher Mundt (2002).

<sup>4</sup> Entre los principales lobbies globales, podemos mencionar: el complejo de la industria militar, el de la industria alimentaria, el energético, el financiero, el sanitario y el tecnológico.

<sup>5</sup> Estévez Araújo (2012).

<sup>6</sup> Martínez (2007).

de visibilizarse en los modos de comercialización que propone el capitalismo. Estos se distinguen por el comercio global, en donde los intercambios se dan entre diferentes países sin importar las distancias territoriales que existan entre ellos, sino los beneficios mercantiles, y por su deslocalización, es decir que su radicación se define en función de la ventaja competitiva o estratégica. Una de sus principales consecuencias es que habilitan a la formación de precios por parte de pocos grupos económicos. Esto quiere decir que luego de pagar todos sus costos de producción e impuestos, las empresas pueden colocar una tasa de ganancia que está por encima de las tasas medias, dado que no es posible que ingresen otros actores a competir, o en el caso de que existan competidores tienen una participación marginal en el total del mercado. Incluso, en muchos casos, al tratarse de empresas diversificadas y con vinculaciones con otros mercados extranjeros, la formación de precios está enlazada a la maximización de su renta.

Los tratados de libre comercio y la legislación que habilita dichas prácticas en los distintos países no contemplan la problemática ambiental ni social. A su vez, fomentan el traslado de las producciones más contaminantes a los territorios con menor poder económico y político, y hacen uso de un discurso que pregona la generación de puestos laborales. En este contexto, no todos los países tienen responsabilidades equiparables. Los acuerdos de libre comercio en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC), facilitados por el Fondo Monetario Internacional (FMI), abalados por Estados Unidos y la Unión Europea (UE), han implicado el agravamiento de la crisis ambiental, por ejemplo, podemos mencionar que la UE es la responsable del 5,4% de la huella ecológica mundial.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> La huella ecológica es el total de superficie ecológicamente productiva que se necesita para producir los recursos consumidos por los ciudadanos, así como la necesaria para absorber los residuos que estos generan, independientemente de la localización de estas superficies (González Reyes, 2011).

Por otra parte, el sistema de comercialización dominante requiere de enormes usos de energías no renovables y de energía nuclear, lo cual implica una hipoteca radiactiva y riesgos de graves accidentes. Otro aspecto que va en la misma línea es la pérdida de biodiversidad, la cual se debe a factores como: la sobreexplotación de especies, la introducción de especies no autóctonas, la fragmentación del territorio y el cambio climático. Todos estos elementos se vinculan con el modelo de producción comercialización y consumo. A modo de ejemplo: la deforestación, que está atada al cultivo de soja, relacionado a su vez con el precio de esta en los mercados internacionales.

Por su parte, el modelo de comercialización internacional se retroalimenta en el modelo de abastecimiento local basado en las grandes superficies,<sup>8</sup> las cuales concentran la distribución de bienes de consumo masivo. Algunos datos pueden contribuir en la comprensión de los rieles de poder que poseen estos actores. En la Argentina, un conjunto de siete empresas concentra el mayor número de establecimientos, las más amplias superficies y las facturaciones con una venta del 58% del total de alimentos y bebidas en el país.<sup>9</sup> La creciente concentración del poder comercial y la construcción de escala han permitido a estas empresas asirse en una progresiva posición dominante, lo que las habilita a determinar los principios y las reglas mercantiles bajo las cuales deberán someterse quienes proveen y consumen.

Se trata, además, de amplias superficies que persuaden a través de la publicidad que hace eje en la asociación del consumo con un me-

<sup>8</sup> Las grandes superficies comerciales (supermercados, centros comerciales e hipermercados) son los espacios en los que se desarrollan actividades comerciales minoristas, las cuales disponen de una superficie igual o superior a 2.000 m<sup>2</sup> en una localidad con una población superior a 50.000 habitantes (Otonín Barrera, 2005).

<sup>9</sup> Santellán (2011).

dio de canalización de emociones, como espacio de socialización, diversión, entre otros. De la misma forma, se facilita la concreción de la compra debido a la oferta inmobiliaria de la que disponen, lo que se valida si consideramos que los hipermercados cuentan en el país con 10.000 m<sup>2</sup>, los grandes supermercados con 1.500-2.500 m<sup>2</sup>, los de proximidad con 350-1.000 m<sup>2</sup> y los autoservicios con 350 m<sup>2</sup>.<sup>10</sup> Estas superficies crean una supuesta diversificación de la oferta que instala modas y patrones de consumo a escala masiva.

Es importante enmarcar la temática en las relaciones desiguales norte-sur. Para ello son útiles algunos datos que revelan las ganancias de las grandes superficies en los distintos países. Según referencias internacionales, para 2012 el margen de ganancias de los supermercados en Estados Unidos fue de un 1,5%,<sup>11</sup> mientras que en Argentina se ubica en un 3,8%. Otro dato que acompaña el análisis de la desigual ganancia es el retorno de la inversión, para Carrefour en 2013 fue de un 4,3% en Latinoamérica, mientras que en Francia alcanzó un 2,6% y en todo Europa un 2,4%.<sup>12</sup> A esto deberíamos sumarle el giro de remesas de utilidades al exterior, sobre las cuales no existen datos disponibles.

Por su parte, los grandes grupos transnacionales, quienes incorporaron nuevas tecnologías que permitieron organizar la producción a escala global, han impulsado la promoción del cambio de patrón alimentario, al acelerar la homogeneización de la dieta global y la pérdida de identidad.<sup>13</sup> A partir de lo expuesto, podemos indicar que la comercialización concentrada es parte de un proceso global que incluye además modos dominantes de producir y consumir.

En la Argentina, un conjunto de siete empresas concentra el mayor número de establecimientos, las más amplias superficies y las facturaciones, con una venta del 58% del total de alimentos y bebidas en el país. La creciente concentración del poder comercial y la construcción de escala han permitido a estas empresas asirse en una progresiva posición dominante, lo que las habilita a determinar los principios y las reglas mercantiles bajo las cuales deberán someterse quienes proveen y consumen.

### 1.3 SISTEMA CONSUMISTA

El consumismo es un sistema de valores e ideas instalado a escala global y que se presenta como legítimo en el mundo occidental. Sus raíces históricas pueden ubicarse en los Treinta Gloriosos,<sup>14</sup> momento en el cual se manifestó la internacionalización de las economías, de la mano del modelo económico keynesiano, uno de cuyos pilares estuvo constituido por el consumo de masas como motor. La segunda posguerra trajo de la mano la necesidad de reconvertir la industria bélica hacia otros fines, y en paralelo se fue conformando un sistema cultural que avalaba la felicidad en el aquí y ahora, promovido por una sociedad europea que salía de años de guerra y con el *New Deal* como impulsor. Otro elemento destacado que multiplicó la capacidad productiva de la econo-

<sup>10</sup> Ídem.

<sup>11</sup> Food Marketing Institute (2013).

<sup>12</sup> Ídem.

<sup>13</sup> Aguirre (2015).

<sup>14</sup> Período que abarca desde la segunda posguerra a la denominada "crisis del petróleo" (1945-1973).

mía mundial fue la división internacional del trabajo mucho más compleja y minuciosa.<sup>15</sup>

En los años 70, tiene lugar una explosión del mercado financiero, que arrojó como resultado la posibilidad de acceder a más bienes y servicios de los que era posible abonar en el momento, pero que sí se tornaban asequibles a través del crédito. Podemos decir que se manifiesta una relación entre la capacidad productiva creciente del capitalismo y la necesidad de promover cambios en el modelo de consumo para poder absorberla, lo que conduce al pasaje del consumo como práctica necesaria de la vida, al consumismo como eje de la experiencia social.

Resulta fundamental señalar la diferencia entre consumo y consumismo, en primer lugar, podemos decir que el consumo es un medio para la satisfacción de necesidades, que permite acceder a bienes y a servicios a través del dinero u otros tipos de intercambios. Sin embargo, cuando hablamos de consumismo estamos dando cuenta de conductas en donde las adquisiciones se constituyen como un fin en sí mismo, configuradas ya no solamente a partir de necesidades, sino orientadas al cumplimiento de deseos, el alcance de valores dominantes, la identificación social, la insatisfacción perpetua, lo que acorta el tiempo que pasa entre un viejo y nuevo deseo.<sup>16</sup>

Podemos mencionar tres herramientas que se visibilizan al servicio de las sociedades de consumo. La primera de ellas es la publicidad, la cual asume un uso sobresaturado. La segunda es el engaño programado, que se trata de la planificación predeterminada del fin de la vida útil de un producto. De esta manera, luego de un tiempo establecido en

la fase de diseño y fabricación, el producto se torna inservible.<sup>17</sup> Y por último, la obsolescencia simbólica que refiere a la caída en desuso de los objetos a la percepción de los usuarios.<sup>18</sup> En el marco descripto, el consumismo será entendido como una problemática social porque propone la inclusión a través del consumo, un límite al que amplias mayorías no pueden acceder, que impacta de manera negativa en otras problemáticas de exclusión social.

Por un lado, en términos medioambientales, los límites planetarios para soportar los niveles de consumo global se vienen poniendo de manifiesto. Los informes del Worldwatch Institute lo signan con claridad. La dependencia de los actuales estilos de vida de la extracción de recursos procedentes de la corteza terrestre muestra el lado físico del consumo. En relación al consumo mundial, entre 1950 y 2005 la extracción de metales se multiplicó por seis, la del petróleo por ocho y la del gas natural por catorce. El europeo medio consume hoy 43 kilos de recursos diarios, y el estadounidense medio 88 kilos, alrededor del 50% más que hace solo treinta años.<sup>19</sup> Lo que se manifiesta es una cultura del derroche. En 2015, el mismo informe sostuvo que en Europa y Norteamérica se desperdician entre 91 y 115 kilos anuales de alimentos por persona, mientras que en el África subsahariana y en el Sur y Sudeste Asiático, este volumen se reduce entre 6 y 11 kilos por persona al año. Es preciso remarcar que el exceso en torno al consumo no es una responsabilidad que le corresponda a todos los grupos sociales por igual, sino que esta le cabe especialmente a una fracción de la humanidad cuyos niveles de consumo son más elevados. En el informe del Worldwatch

<sup>15</sup> Hobsbawm (1995).

<sup>16</sup> Bauman (2007).

<sup>17</sup> Debord (1967).

<sup>18</sup> Fernández Miranda (2015).

<sup>19</sup> Naredo (2006).

Institute de 2013, se indica que los quinientos millones de personas más ricas del mundo (aproximadamente el 7% de la población mundial) son responsables del 50% de las emisiones mundiales de dióxido de carbono, mientras que los tres mil millones más pobres solo son responsables del 6%.

En base a los datos expuestos, podemos sostener que los impactos ambientales se imbrican con las cuestiones sociales. La cultura dominante considera al medio ambiente como lo otro, escindido de las personas que lo habitan, sin contemplar que lo ambiental repercute directamente en lo social. La propuesta es abordarlo de manera intervencional, ya que limitar el consumo posee relaciones con la redefinición de las ideas de progreso y bienestar. La crisis ecológica global es a la vez una crisis social. Se trata, entonces, de una crisis ecosocial.

## 2. COOPERATIVISMO, ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA Y SOSTENIBILIDAD

### 2.1 ¿QUÉ ES LA SOSTENIBILIDAD?

Cuando hablamos de sostenibilidad estamos haciendo referencia a la adecuación de las sociedades a la capacidad del planeta de proveer de recursos y de soportar las cargas contaminantes, a fines de satisfacer equitativamente las necesidades de las personas.<sup>20</sup> Es indispensable un concepto de desarrollo sostenible que contemple además la relación de las personas con la naturaleza, con los demás y con las generaciones venideras, un estilo de vida que ponga en su base la raíz ética de todo comportamiento, que incluya a la naturaleza.<sup>21</sup> A su vez, este concepto tiene tres dimensiones: la ambiental, entendida como la capacidad de mantener la calidad y

la reproducción de los recursos naturales; otra económica, que es la posibilidad de generar ingresos y empleo para el sustento de la población; y otra social, que es la potencialidad de garantizar las condiciones para el bienestar humano. Estas tres partes no son iguales, ya que el sistema social dominante, especialmente el económico, se lleva adelante a costas del sistema ambiental.

Si hacemos un poco de historia, el desarrollo sostenible surgió como alternativa ante un sistema económico basado en la maximización de la producción y del consumo. Este concepto hace su primera aparición en un documento oficial en el texto de acuerdo firmado por 33 países africanos en 1969, bajo los auspicios de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. En 1972, el informe Meadows del Club de Roma sobre “los límites del crecimiento” inicia de algún modo el proceso de concienciación, al plantear límites al crecimiento económico. En 1987, el informe Brundtland, “Nuestro futuro común” de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, definió el desarrollo sostenible.

Años más tarde, en 1992, en la Cumbre de la Tierra de Naciones Unidas en Río de Janeiro se elaboró la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo, que establece a nivel mundial el desarrollo sostenible como guía para las políticas de desarrollo racional y regional, para integrar desarrollo y medio ambiente. Como resultado de esta cumbre, se elaboró el documento “Agenda 21”, que define una estrategia a escala mundial, con eje en las relaciones norte-sur. En 2005, entró en rigor el Protocolo de Kioto, ratificado por 55 países responsables del 55% de las emisiones planetarias, el cual busca la reducción de estas del 5,2% para el 2012 en relación a 1990, cifra que no responde a la gravedad del problema. En el 2010, Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) establece que: “La mi-

<sup>20</sup> Informe Brundtland (1987).

<sup>21</sup> Gómez Heras (1997).

sión de la Comisión de cultura de CGLU para 2011-2013 es promover la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sostenible a través de la difusión internacional y la implementación local de la Agenda 21 de la cultura". En 2015, en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, con sede en la ONU, se ratificaron los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en la Agenda 2030. En 2017, se presentó un informe sobre el progreso en la implementación de ese plan de desarrollo global, el cual destaca que el avance ha sido insuficiente y desigual.<sup>22</sup>

A modo de balance, si bien las cumbres y los encuentros internacionales realizan declaraciones de intenciones y un señalamiento de las problemáticas, al momento no se han manifestado cambios sustanciales en las prácticas de los agentes más relevantes. Un ejemplo lo manifiesta la salida de Estados Unidos en 2017 del Acuerdo de París, que establece medidas sobre las emisiones de gases de efecto invernadero para luchar en contra del calentamiento global.

## 2.2 ¿POR QUÉ LA SOSTENIBILIDAD FORMA PARTE DEL COOPERATIVISMO?

El cooperativismo como sistema de organización social, política y económica se plantea como alternativa al sistema capitalista. Tanto en sus orígenes, como en la actualidad se erige como una forma de organización para el desarrollo en diferentes áreas de la vida. Por su parte, el capitalismo no solo como sistema económico, sino también social y cultural propicia atributos como la maximización del beneficio personal desentendido del bienestar colectivo, la competitividad, el consumismo, la obsesión por el crecimiento y la velocidad, la irresponsabilidad por las

consecuencias de los actos, entre otros. Bajo criterios como los enunciados, la insostenibilidad es parte del capitalismo. En términos de Ramón Fernández Durán,<sup>23</sup> es un sistema que vive por encima de sus posibilidades, en tanto es suicida condenado a muerte por sus propias lógicas de acumulación y de expansión. Las soluciones que desde esa doctrina se han lanzado, como los acuerdos mencionados, no han logrado cambios sustanciales. Por otra parte, las empresas capitalistas transnacionales a través de la responsabilidad social corporativa anuncian un compromiso con la sostenibilidad, sin embargo, las acciones emprendidas se presentan como lavados de imagen, que lejos están de tener exigencia jurídica y de proponer una transformación empresarial.<sup>24</sup>

Podemos decir entonces que, si las opciones que vienen pronunciándose desde la cultura dominante son insuficientes, pregonan principios y voluntades engañosas, la salida sostenible no será por esa vía. Desde la economía social y solidaria, como sistema alternativo, dentro del cual podemos ubicar al cooperativismo, y que coloca en el centro a los seres humanos y al desarrollo de sus capacidades, sí tenemos posibilidades de lograr un desarrollo sostenible. Por su parte, el séptimo principio cooperativo de compromiso con la comunidad enuncia que: "La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros".

Entre los elementos que podemos mencionar como fundamentales a la hora de entender que la sostenibilidad debe formar parte de los discursos y de las prácticas cooperativas, se encuentra el hecho de que las cooperativas son empresas gestionadas por sus socios y socias, en las que estas personas son quienes tienen

<sup>22</sup> <http://www.onu.org.ar/agenda-post-2015>, última fecha de acceso: 23 de octubre de 2018.

<sup>23</sup> Fernández Durán (2011).

<sup>24</sup> Hernández y Ramiro (2009).

poder de decisión y, por lo tanto, pueden transformar acciones en dirección a la construcción de sostenibilidad. Si pensamos en los valores en los que se basan las cooperativas (ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad) y entendemos que lo social y lo medio ambiental están mutuamente determinados, podemos sostener que la expresión de esos valores se debe manifestar tanto en el medio ambiente como con las personas con las que se interactúa.

Otro aspecto a destacar es la responsabilidad por las generaciones futuras que requieren del compromiso de las actuales para lograr el desarrollo de sus vidas. El cooperativismo no puede mantenerse aislado de estas cuestiones, sino que debe ser capaz de innovar, de demostrar y poner en acción planificaciones estratégicas con lógicas responsables, y así marcar una vez más sus antagonismos con el capitalismo.

### 2.3 LA SOSTENIBILIDAD EN LAS PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO

Hay muchas experiencias que dan cuenta de cómo la sostenibilidad y el cooperativismo son caminos hermanados: es el caso de las numerosas cooperativas de recicladores urbanos en la Argentina; las cooperativas que se dedican a la comercialización de alimentos que promueven un consumo transformador; las múltiples experiencias de cooperativas que elaboran alimentos agroecológicos; las ferias en las que se fomenta el consumo y la producción local; las experiencias de la agricultura familiar que producen bajo los principios de la agroecología; y otras que están en procesos de transición hacia esta, las cuales apoyan la soberanía alimentaria. Desde las cooperativas, es posible impulsar el uso de los recursos locales y de temporada, reutilizar residuos de otros procesos productivos, hacer uso responsable de los desechos, reducir el uso de energía, minimizar el empaquetamiento de los productos, pro-

El cooperativismo no puede mantenerse aislado de estas cuestiones, sino que debe ser capaz de innovar, de demostrar y poner en acción planificaciones estratégicas con lógicas responsables, y así marcar una vez más sus antagonismos con el capitalismo.

mover el consumo entre cooperativas, entre otras medidas en pos de la sostenibilidad.

Por otra parte, el consumo es el momento que tracciona el sistema productivo. Desde el cooperativismo, como se mencionó, existen numerosas propuestas que buscan acercar productos cooperativos a consumidoras y consumidores en las ciudades. Estas organizaciones promueven a su vez la agroecología, el conocimiento y difusión de las personas productoras. Desde el cooperativismo, se están impulsando muchas acciones en esta línea que es necesario difundir, apoyar y replicar, en aras de un consumo políticamente implicado y que con sus acciones transforme realidades. Estas acciones se basan en la reflexión sobre los modos de vida, de compra, de uso, de descarte, como también el cuestionamiento a los valores que legitiman el sistema dominante. Las propuestas en el marco de un consumo crítico suponen tener en cuenta el ciclo de vida de los productos (desde la extracción hasta el uso de los desechos), las personas y el uso del medio ambiente que está por detrás de las cosas.

A su vez, todas estas luchas no pueden estar alejadas de una perspectiva de género que atraviese las prácticas, porque la sostenibilidad persigue –como dijimos– el bienestar humano, el cual no será posible de alcanzar

si no se propician acciones que busquen la equidad entre los géneros, que recupere asimismo las historias y los conocimientos de las mujeres, que, tal como menciona María José Pascual Rodríguez,<sup>25</sup> se han visto muchas de ellas obligadas a ser las principales responsables de sus hijas e hijos, y por lo tanto han sido capaces de proveer el futuro y mantener el abastecimiento a las familias, al desarrollar capacidades de sobrevivencia que la cultura masculina ha despreciado.

Podemos decir que estas transformaciones en las prácticas cotidianas y en las acciones estratégicas, si bien requieren de cambios de hábitos individuales, solo serán soluciones eficaces si se enmarcan en procesos colectivos con fines políticos. En este punto, el movimiento cooperativo propicia un encuadre pertinente para el desarrollo y la construcción de planes estratégicos hacia la sostenibilidad.

### 3. LA SOSTENIBILIDAD EN LAS PRÁCTICAS Y LOS DISCURSOS DEL COOPERATIVISMO

Si tomamos como partida los puntos mencionados, el cooperativismo y el concepto de sostenibilidad poseen claros sitios de encuentro. Se disponen de antecedentes precisos, discursos y estudios en esa línea. Para el año 2014, el lema para el Día Internacional de las Cooperativas fue: "Las empresas cooperativas logran el desarrollo sostenible para todos". Por su parte, uno de los objetivos del Plan para una Década Cooperativa es posicionar a las cooperativas como creadoras de sostenibilidad.<sup>26</sup>

Asimismo, en una investigación realizada por la ACI y Sustainability Solutions<sup>27</sup> se estudió la

relación entre las cooperativas y la sostenibilidad. Para ello, se realizaron distintas muestras y se analizaron los discursos, lo que llevó a cabo un cruce entre palabras claves de los principios cooperativos y la literatura en torno a la sostenibilidad. Además, se analizaron los discursos cooperativos a través de diferentes sitios web, en los cuales se hallaron importantes coincidencias. Según la investigación, hay una fuerte representación de las dimensiones sociales de la sostenibilidad en las cooperativas, sin embargo, las dimensiones económicas y ambientales están un poco débiles.

En nuestro país existen numerosas experiencias que desde el cooperativismo desarrollan prácticas sostenibles, aunque no dispongamos de rigurosos datos, sí hay aproximaciones que aportan al análisis. Un ejemplo es el de las comercializadoras solidarias, cooperativas que acercan de manera transparente a los agentes de la cadena de valor y promueven un precio justo para quienes producen y consumen, cadenas cortas de comercialización, el respeto al medioambiente y la soberanía alimentaria. La Mesa de Organizaciones de Comercialización y Consumo Solidario estima que llega a 2.500 familias en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y en el Gran Buenos Aires (GBA), con productos cooperativos de consumo masivo de doscientos proyectos de la economía social, popular y solidaria.

Otra alternativa que aproxima a quienes producen y a quienes consumen de modo directo es la Feria del Productor al Consumidor que se realiza en el predio de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. Allí se concentran mensualmente 120 productores y productoras, y se estiman dos mil consumidores y consumidoras según datos del colectivo de feriantes.

Otro ejemplo que hace a la relación entre el cooperativismo y la sostenibilidad son las

<sup>25</sup> Pascual Rodríguez (2009).

<sup>26</sup> "Las empresas cooperativas logran el desarrollo sostenible para todos". Disponible en: <https://ica.coop/es/media/news/las-empresas-cooperativas-logran-el-desarrollo-sostenible-para-todos>, última fecha de acceso: 23 de octubre de 2018.

<sup>27</sup> ACI y Sustainability Solutions (2013).

experiencias de recuperadoras y recuperadores urbanos organizados en cooperativas que, aun trabajando en malas condiciones, contribuyen considerablemente a disminuir el impacto ambiental de los desechos. Este tipo de experiencias se observan destacadamente en Colombia, Brasil, Argentina, México, Filipinas, India e Indonesia, entre otros países.<sup>28</sup> En la Argentina, la ciudad que más ha avanzado con su reconocimiento es CABA. En el año 2002, comenzaron a surgir las primeras cooperativas y se fundó el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), que nuclea alrededor de ocho mil cartoneros en todo el país y es impulsor de la Federación Argentina de Cartoneros y Recicladores (FACyR) que agrupa alrededor de ochenta mil. Asimismo, impulsan un modelo de separación en origen, el cual, desarrollado con todo su potencial, permitiría “evitar que se entierre hasta un 25% de la basura generada” mientras que “otro 50% que es orgánico se podría utilizar para fertilizar y hacer tierra nuevamente”.<sup>29</sup> Por su parte, en el Gran Santiago (Chile), recuperadoras y recuperadores urbanos contribuyen a reciclar un 70% del total de la basura reciclada y un 10,1% del total de los residuos sólidos producidos. Alrededor de seis mil recolectoras y recolectores agrupados en cooperativas o de forma independiente evitan que 810 toneladas de basura vayan todos los días a los vertederos.<sup>30</sup>

También las cooperativas han aportado soluciones alternativas para el acceso al agua potable y a redes de alcantarillado. Por ejemplo, SAGUAPAC en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia), es la mayor cooperativa de abastecimiento de agua potable del mundo con 183.000 conexiones que suministran a 1,2 millones de personas.<sup>31</sup>

En el año 2002, se fundó el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), que nuclea alrededor de ocho mil cartoneros en todo el país y es impulsor de la Federación Argentina de Cartoneros y Recicladores (FACyR), que agrupa alrededor de ochenta mil. Asimismo, impulsan un modelo de separación en origen, el cual, desarrollado con todo su potencial, permitiría “evitar que se entierre hasta un 25% de la basura generada” mientras que “otro 50% que es orgánico se podría utilizar para fertilizar y hacer tierra nuevamente”.

Bajo este marco cabe interrogarnos sobre las deudas pendientes que pueden existir en el cooperativismo para ser consecuentes entre los discursos y las prácticas de los principios de la sostenibilidad en sus tres dimensiones. Si bien, como se mencionó, existen interesantes experiencias que desde el cooperativismo están llevando a cabo prácticas sostenibles, aún hay otras que podrían planificarse y desarrollarse. Entre algunos factores explicativos que pueden ayudarnos a comprender el porqué de esta deuda, podemos mencionar, por ejemplo, algunas postergaciones por tener que atender demandas de urgencia vinculadas a contextos sociales, políticos y económicos apremiantes, que impliquen que trabajadores y trabajadoras deban destinar tiempo y energía a garantizar el sostenimiento económico y financiero de sus cooperativas. Muchas veces las cooperativas atraviesan contextos acuciantes, relacionados con no contar con diversos recursos acordes a sus necesidades. Esto puede deberse a que son

<sup>28</sup> Medina en ACI (2014).

<sup>29</sup> Mayor (2016).

<sup>30</sup> Conama en Navarrete Hernández (2016).

<sup>31</sup> Stories.coop en ACI (2014).

empresas que surgen con una desventaja en relación a las empresas capitalistas, dado que no suelen disponer de las inversiones suficientes, aspectos que van superando a partir del aporte de trabajo, lo cual demanda una inversión a mediano plazo. La inmediatez de muchas cuestiones que no permiten posponer su atención para el sostenimiento de las empresas implica en muchos casos no disponer de los recursos humanos, económicos y financieros para avanzar en planificaciones estratégicas en pos de la transformación de prácticas en camino a la sostenibilidad.

Otras veces la competencia en el mercado es difícil para las cooperativas, que se encuentran con grandes empresas corporativas en los mismos sectores, que poseen costos bajísimos, por lo que se ven tensionadas a reducir los propios, lo cual puede impactar en prácticas que no construyan sostenibilidad. A su vez, las políticas públicas no se posicionan con acompañamientos para la conversión de modelos productivos.

Los mencionados son algunos aspectos que pueden estar influyendo en las cooperativas a la hora de hacer sus prácticas más sostenibles, ya que demoran esos procesos. Sin embargo, el marco de valores y principios se encuentra en sintonía con los postulados de la sostenibilidad, al ser este un interesante aliciente para que el cooperativismo se desarrolle como un movimiento ejemplificador en el camino hacia la sostenibilidad.

#### 4. INTERROGANTES PARA EL DEBATE EN TORNO A LA SOSTENIBILIDAD EN LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO

En base a lo expuesto, podemos decir que es menester difundir la necesidad de realizar intervenciones, reforzar la responsabilidad y el compromiso ciudadano en la construcción de prácticas sostenibles, no solo porque

se ha tocado el techo de los consumos de materiales y energía, sino porque se ha sobrepasado la biocapacidad planetaria, en un contexto de enormes desigualdades.

Desde el cooperativismo como se sostuvo, existe una consonancia con los principios de la sostenibilidad. A fines de promover el debate en el sector, se disponen algunos interrogantes a modo de disparadores que contribuyan a la reflexión crítica, que tienen como horizonte la transformación.

En la producción:

- ¿Se ha realizado alguna transformación en las prácticas de producción? ¿Cuáles?
- ¿Cómo valoramos los avances en materia de una producción más sostenible en el cooperativismo?
- ¿Cuáles son las principales limitaciones o condicionantes para desarrollar prácticas más sostenibles?
- ¿Se promueven o podrían promoverse transformaciones en los diferentes sectores?
- ¿Qué tan pertinentes son en las realidades concretas los discursos sobre la sostenibilidad?
- ¿Cómo interpela a productores y productoras de diversas ramas la sostenibilidad?
- ¿Existen contradicciones en las prácticas de producción del cooperativismo y la sostenibilidad?
- ¿Se podrían diseñar lineamientos estratégicos para la transformación de prácticas productivas?
- ¿Cómo inciden las políticas públicas en la sostenibilidad de la producción?
- ¿Cuáles serían los principales retos para avanzar hacia una producción cooperativa más sostenible?
- ¿Se podría crear desde la ACI una propuesta marco para un camino hacia la sostenibilidad?

En el consumo:

- ¿Cuáles son los principales desafíos desde el cooperativismo en la interpelación a consumidores y consumidoras para desarrollar prácticas sostenibles?
- ¿Cómo podría contribuirse desde el sector para la transformación hacia un consumo sostenible?
- ¿Qué nos dicen a la hora de consumir los lineamientos de la sostenibilidad?
- ¿Podrían diseñarse y acordarse pautas y principios a impulsar desde el movimiento cooperativo?
- ¿De qué agentes se requeriría para avanzar en la promoción de un consumo comprometido con la sostenibilidad?
- ¿Qué estrategias se podrían proponer a las organizaciones en este camino?

---

## BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, Patricia Marcela. "La situación argentina", en: Patricia Marcela Aguirre, Diego Martín Díaz Córdova y Gabriela Alejandra Polischer. *Cocinar y comer en Argentina HOY*. Buenos Aires: Fundación ASAP-Fundación Essen, 2015.

Alianza Cooperativa Internacional (ACI). "Las cooperativas y los objetivos de desarrollo sostenible debate sobre el desarrollo después de 2015. Informe de política". 2014. Disponible en: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---coop/documents/publication/wcms\\_307228.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_307228.pdf), última fecha de acceso: 23 de octubre de 2018.

--- y Sustainability Solutions, Community Research Connections. "Cooperativas y sostenibilidad. Una investigación sobre su relación". 2013. Disponible en: [https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/sustainability\\_scan\\_es.pdf](https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/sustainability_scan_es.pdf), última fecha de acceso: 23 de octubre de 2018.

Bauman, Zygmunt. *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2007.

Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Madrid: Anagrama, 1967.

Estévez Araújo, José Antonio. "La red global del control corporativo". Madrid, 2012. Disponible en: <http://albasud.org/noticia/es/361/la-red-global-de-control-corporativo>, última fecha de acceso: 23 de octubre de 2018.

Fernández Durán, Ramón. *La quiebra del capitalismo global 2000-2030*. Madrid: Libros en Acción. Ecologistas en Acción, 2011.

Fernández Miranda, Rodrigo. "Interpelar la ideología del consumismo. Reflexiones sobre consumismo, publicidad y los retos de la economía social y solidaria", en: *Revista Idelcoop*. Nº 216. Buenos Aires, julio, 2015.

Food Marketing Institute. "Informa anual". 2013. Disponible en: <https://www.fmi.org/our-research/research-reports/food-retailing-industry-speaks>, última fecha de acceso: 5 de julio de 2017.

Fritscher Mundt, Magda. "Globalización y alimentos: tendencias y contradicciones", en: *Política y Cultura*. Nº 18. Departamento de Política y Cultura de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. México D.F., 2002, pp. 61-82.

Garcés Prieto, Javier. *La adicción al consumo. Autocontrol y responsabilidad en la compra y en el gasto*. Castilla la Mancha, Albacete: Unión de Consumidores, 1999.

Gómez Heras, José María. *Ética del medio ambiente*. Madrid: Tecnos, 1997.

González Reyes, Luis. *Sostenibilidad ambiental: un bien público global. Transitando por una crisis sistémica basada en los límites ambientales*. Madrid: Iepala, 2011.

Gorban, Miryam. "Hablemos de soberanía alimentaria", en: *Cuadernos de la Soberanía Alimentaria*. N° 1. 1° ed. Cátedra Libre de Soberanía Alimentaria. Escuela de Nutrición. UBA-MONADA NOMADA Buenos Aires, 2015.

Gro Harlem. *Informe Brudtland. Nuestro futuro común*. Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo. Comisión Mundial Para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU, 1987.

Hernández, Juan y Ramiro, Pedro. *El negocio de la responsabilidad*. Madrid: Icaria, 2009.

Hobsbawm, Eric. *La historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 1995.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). "Encuesta nacional a grandes empresas 2016. Resultados para el período 2012-2016". 2016. Disponible en: [https://www.indec.gob.ar/nivel4\\_default.asp?id\\_tema\\_1=3&id\\_tema\\_2=4&id\\_tema\\_3=50](https://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=3&id_tema_2=4&id_tema_3=50), última fecha de acceso: 23 de octubre de 2018.

Martínez, Enrique. *Energía + medioambiente + alimentos. Un humilde llamado de atención*. Buenos Aires: Ministerio de Economía y Producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2007. Disponible en: <https://www.biodiesel.com.ar/download/energiamedioambientealimentos.pdf>, última fecha de acceso: 23 de octubre de 2018.

Mayor, Santiago. "Cartoneros en Argentina: una historia de organización de los más humildes", en: *Actualidad RT*. 2016. Disponible en: <https://actualidad.rt.com/actualidad/218803-cartoneros-argentina-historia-organizacion-humildes>, última fecha de acceso: 23 de octubre de 2018.

Naredo, José Manuel. *Raíces económicas del deterioro ecológico y social*. Madrid: Siglo XXI, 2006.

Navarrete Hernández, Pablo. "De cartoneros a recicladores urbanos. El rol de las políticas locales en mejorar la sustentabilidad de los recolectores de base", en: *Investigaciones Regionales*. N° 35. Universidad de Alcalá. Madrid, 2016, pp. 83-106.

Otonín Barrera, Fernando. "La ordenación de los establecimientos comerciales. Especial referencia a las licencias comerciales", en: *La Ley*. Buenos Aires, 2005.

Pascual Rodríguez, María José. "Las mujeres, protagonistas de la sostenibilidad", en: AA.VV. *Claves del ecologismo social*. Madrid: Libros en Acción. Ecologistas en Acción, 2009.

Santellán, Miguel. *Informe relevamiento sobre supermercados en la Argentina*. Buenos Aires: Federación Argentina de Empleados de Comercios y Servicios. Secretaría de Estudios y Estadísticas, 2011. Disponible en: [http://www.faecys.org.ar/Informe\\_Supermercados.pdf](http://www.faecys.org.ar/Informe_Supermercados.pdf), última fecha de acceso: 10 de octubre de 2016.

Teubal, Miguel. "Soja transgénica y crisis del modelo agroalimentario argentino", en: *Realidad Económica*. N° 196. IADE. Buenos Aires, 2006. Disponible en: <http://www.iade.org.ar/noticias/soja-transgenica-y-crisis-del-modelo-agroalimentario-argentino>, última fecha de acceso: 23 de octubre de 2018.

Worldwatch Institute. *La situación del mundo 2013. ¿Es aún posible lograr la sostenibilidad?* Barcelona: Icaria, 2013.