

RCC: Una herramienta para el cooperativismo del siglo XXI

En este reportaje realizado por la revista de Idelcoop, Néstor Wassaf, subgerente general operativo y de servicios del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos, pasa revista a los aspectos centrales que conforman la **Red Cooperativa de Comunicaciones** y destaca la importancia fundamental de esta herramienta para el desarrollo y fortalecimiento del movimiento cooperativo.

- *¿Cómo se origina el proyecto?*

- La idea original surge a partir de la constante búsqueda de nuevos servicios para las empresas que están vinculadas a los bancos. En un momento en donde todas las pequeñas y medianas empresas atraviesan serias dificultades para subsistir en el cada vez más exiguo mercado interno, nosotros ponemos a su disposición esta herramienta. Esto viene desde hace mucho tiempo. Los socios de los Bancos pedían a sus gerentes una especie de listado de empresas vinculadas para poder ofrecer sus productos. Quien hacía ese pedido tenía un razonamiento lógico: "yo vendo camperas: entonces quiero que me pongan en contacto con aquellos clientes del banco que compran ese producto.

Eso fue generando expectativas e ideas que evolucionaron hasta pensar en una suerte de guía de la industria dentro de los socios del banco, cosa que tampoco era sencilla de resolver. En su momento, pensamos poner la infraestructura de comunicaciones del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos a disposición de los socios de los bancos. Hoy el Instituto tiene conectados a todos sus bancos, sus filiales y empresas en un correo electrónico que funciona también sobre la infraestructura de comunicaciones que le da servicio al sistema bancario en línea que tiene el Banco Credicoop, y que en los próximos meses va a ser implementado en el Banco Argencoop. Esta infraestructura también soporta la red Cabal de Cajeros Automáticos. Pero está acotado a las instituciones; el objetivo es darle participación a los socios para que se comuniquen entre si, ya no sólo atendiendo el pedido original que estaba orientado a los socios del Banco Credicoop, sino que también incluiría a los socios del Banco Argencoop y del Banco Coopesur. Así, pueden realizar negocios entre las distintas empresas que están vinculadas al movimiento.

A medida que fuimos desarrollando el producto vimos que podía tener mucho más vuelo, y que podíamos hacer contacto con cámaras o redes de empresas que estén en el exterior. Tal es así que hoy ya estamos conversando con varias instituciones, cámaras empresarias y de bancos, por ejemplo en Brasil, para contactar las empresas nuestras con las brasileñas. El Instituto es además la contraparte en Argentina de una red de pequeñas y medianas empresas de la Comunidad Económica Europea que se llama BCNet. O sea que ese mercado, que potencialmente estaba acotado a las empresas vinculadas a los socios del movimiento, hoy tiene una perspectiva no sólo hacia al exterior (esencialmente hacia el Mercosur y Europa) sino que la hemos ampliado al desarrollar una herramienta que no existe en la Argentina de hoy. En definitiva, RCC es la primera red de comercio electrónico de Argentina y, por lo tanto, hay muchas empresas que hoy no están vinculadas a nuestros bancos y quisieran estarlo para poder hacer uso de este servicio. En suma, superó largamente nuestras expectativas originales que solamente apuntaban a brindar un servicio a las empresas vinculadas a nuestros bancos.

- *De aquellos sectores que hasta ahora no están vinculados a los bancos, ¿cuáles son los interesados?*

- A partir de la idea de ampliar la red, nos visitaron la Federación de Cooperativas Telefónicas y la Federación de Cooperativas Eléctricas para hacer un convenio que les permita vender este servicio a sus usuarios. Las cooperativas eléctricas tienen hoy muy difundido el servicio de TV por cable en las localidades pequeñas del Interior del país, y por supuesto las cooperativas telefónicas tienen vinculación con todas las localidades del interior. Ellos ya tienen una infraestructura en localidades donde nuestra estructura no llega, ya que nosotros - exceptuando aquellos lugares donde contamos con filiales- accedemos solamente a las grandes ciudades. Esto abre una perspectiva interesante de poder llegar a un mercado mucho más amplio que el que abarca el movimiento cooperativo de crédito adherido al Instituto, en la medida que podamos concretar convenios de cooperación con estas instituciones.

- *Sería el inicio de una integración de la que se estuvo hablando durante muchos años pero para la que no se encontraban nexos.*

- Exactamente, y nosotros creemos que eso es muy importante. También hemos creado una cooperativa llamada RCC - Red Cooperativa de Comunicaciones que tiene la tarea de comercializar y distribuir el servicio. Además, la cooperativa cuenta con un departamento de desarrollo de producto con el propósito de analizar e incorporar los servicios que demanden los usuarios o el mercado en general.

- *¿Cómo se canalizan estos nuevos requerimientos o propuestas de los usuarios?*

- La dirección de RCC monitorea en forma permanente tanto las demandas del mercado en materia de teleinformática como los avances tecnológicos que se vayan produciendo aquí y en otros países, además de nutrirse de los requerimientos relevados por su propia área comercial.

Con estos elementos se perfilan nuevos servicios o modificaciones a los existentes que, luego de su análisis de factibilidad técnico operativa y económica, son derivados al área de comunicaciones del IMFC para su desarrollo y puesta en operatividad.

Como ejemplo de esto podemos citar un requerimiento de algunas empresas que podrían utilizar una red propia dentro de nuestra red. Existen firmas que tienen más de 60 sucursales en el interior, que ya hemos entrevistado y están adheridas a la red, y que han generado una red complementaria a la nuestra. De ese modo, ellos pueden contar con una red propia a la que tienen acceso exclusivo. Es decir, esta herramienta puede tener, indudablemente, una utilización mucho más importante que la que nosotros habíamos previsto originalmente.

Una ventana al mundo

- *¿Cuáles son los servicios que tienen por convenio, como el caso de la Internet?*

- Lo que se ofrece, en realidad, es el acceso a otras redes a través de Internet. Internet es la que establece los protocolos para que los usuarios de las diferentes redes se puedan comunicar entre sí. Entonces, la forma de proceder es poner a nuestra red en corres-

pondencia con esos protocolos para que cuando un usuario nuestro necesite enviar un mensaje a cualquier punto del planeta, ese mensaje pueda navegar entre las distintas redes existentes hasta llegar al punto de destino que ese mensaje tiene y, por supuesto, pueda recibir los mensajes inversos.

- *Es una ventana que permite ingresar a una red prácticamente infinita en todo el mundo.*

- Así es, y nosotros estamos desarrollando un programa propio para acceso a Internet, (nuestro propio www-world wide web) donde los usuarios de RCC van a poder publicitar sus productos entre los más de 37 millones de usuarios que integran las 50 mil redes existentes a nivel mundial. También podemos, mediante convenios específicos, facilitar la utilización de algunos de los servicios que ofrecen las redes que integran la cadena. Por ejemplo, nosotros estamos realizando tratativas con una red muy importante de Estados Unidos que cuenta con una gran cantidad de bases de datos y tiene convenios con las agencias de noticias más importantes del mundo.

En otro orden, una de las ventajas que tiene RCC reside en que es una red generada en nuestro país y funciona con nuestro idioma, mientras que todas las redes funcionan en inglés, ya que la mayoría de la información se genera en Estados Unidos. En Argentina nosotros estamos tratando de establecer convenios con diversas entidades (gubernamentales o privadas) que tienen bases de datos con información de mucho valor para nuestros usuarios, tal el caso del Instituto Nacional de Tecnología Industrial, la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, la Biblioteca Nacional, la Biblioteca del Congreso de la Nación, entre otras.

- *El Instituto lanza RCC mediante una forma cooperativa para su comercialización, pero el servicio en sí mismo tiene un componente ideológico claramente cooperativista. ¿Hay otras experiencias del movimiento cooperativo en el mundo que hayan generado una red comunicacional de estas características?*

- A través de nuestro presidente, Jacobo Laks, hemos enviado recientemente a la Alianza Cooperativa Internacional una cantidad de carpetas con nuestro proyecto y, hasta el momento, no conocemos que exista otra experiencia semejante. Existen redes de negocios fuera del ámbito cooperativo en Estados Unidos y Europa, pero hay países importantes, como Canadá, que no conocen estos sistemas. Sena la primera vez que el movimiento cooperativo puede brindar a sus socios, y a los socios de sus socios, una herramienta de gestión tan importante.

- *¿Cuál es la respuesta que tienen hasta el momento las proyecciones que ustedes realizaron?*

- Nosotros comenzamos hace un par de semanas con la carga de las empresas para la red de comercio electrónico, que ofrece la posibilidad de negociar. Hasta ahora hemos tenido un porcentaje altísimo de aceptación, que llega al 95-96%. Aquellos casos en que no aceptaron el servicio es porque realmente fuimos a visitar empresas que no lo necesitan. Por eso, el nivel de aceptación que hemos tenido es muy importante: hay vinculadas a RCC en estas dos semanas más de 300 empresas.

Todas se incorporan con nuevas expectativas. Tenemos el caso de empresas que nos pidieron operar dentro de comercio electrónico para poder vender sus productos a otros

comercios minoristas. Ellos, a su vez, cuentan con comercios minoristas y, por lo tanto, quieren vender sus productos a través del shopping electrónico. Además, quieren utilizar la red para que sus funcionarios trabajen en su casa, que es una modalidad que se está expandiendo mucho en Estados Unidos, incluso alentada por el gobierno norteamericano. Aquí también comienza a imponerse, y hemos encontrado interesados en los habitantes de los countrys que hay en la zona norte de Capital Federal.

- *¿Cuáles son los objetivos que se han fijado para el próximo año?*

- Tenemos el proyecto de adherir a 200 empresas por mes, pero por los resultados que hemos tenido esa cifra va a ser totalmente rebalsada. Y aspiramos a tener en un par de años a 3000 o 4000 empresas adheridas. Además, en la medida en que vayamos realizando convenios más atractivos para los usuarios, se va a lograr una adhesión mucho mayor. Del mismo modo, en la medida en que vayamos acordando los convenios con redes de Brasil, Chile, Paraguay, entre otros países, creemos que esto va a funcionar mucho más rápidamente.

- Todo el proyecto de RCC requiere de una tecnología de punta que sabemos que no es barata y esto fue instrumentado por el Instituto sin contar con apoyo externo. ¿Cómo lo realizaron teniendo en cuenta el esfuerzo de financiamiento?

- Hasta ahora lo que hemos desarrollado se hizo sobre la base de una infraestructura que ya existe y que es del Instituto. Lo que hicimos fue optimizar el uso de la red de comunicaciones existente. Todas las inversiones que se están realizando, se hacen con fondos propios del Instituto y tenemos posibilidades en los próximos meses de acceder a fondos de los bancos, en la medida en que lo necesitemos. No descartamos la posibilidad de una ayuda de alguna entidad que se dedique a fomentar el proyecto, para poder rápidamente ampliar este servicio a un espectro más amplio en el país.

Hasta el momento, con nuestra fuerza propia podemos ir dando respuesta a las empresas vinculadas a los bancos. Pero vemos que, en la medida en que este servicio sea requerido por otras empresas no vinculadas, seguramente vamos a tener que brindar una respuesta más rápida que la que tenemos prevista. Entonces ahí sí nos va a hacer falta financiamiento adicional, que puede provenir de los bancos o del exterior.

Un paso inédito del cooperativismo

- La RCC ha tenido mucha difusión y se ha conectado en todo el ámbito cooperativo. Pero por la importancia que tiene no ocurrió lo mismo en los medios de comunicación. ¿Cuáles fueron las razones de esta carencia?

- Estamos precisamente aprobando un proyecto de pauta publicitaria para salir a los medios masivos. No lo hemos hecho hasta el momento por un problema de capacidad de respuesta. Estamos recién en el lanzamiento y nos encontramos muy abrumados por las tareas iniciales. Tenemos que dar respuesta inmediata a las empresas que estamos integrando al correo electrónico, lo que implica ir llenando la base de datos antes de salir a ofrecerla de un modo masivo.

A modo de ejemplo, la primera persona que compró el teléfono no tenía con quien comunicarse y es muy difícil ofrecer una base de datos a alguien si esa base está vacía.

Por eso lo primero que nos pusimos a hacer fue cargar esa base de datos, incluir 1000 de las principales empresas que tiene el Banco Credicoop dentro de esa base, y a partir de allí sí estamos en condiciones de salir a vender bien el producto porque ya tenemos 1000 empresas muy importantes del país.

- Desde Idelcoop hemos recibido muchas consultas y preguntas acerca de la adaptación y utilidad que va a tener esta red para ser utilizada por universidades y centros de investigación. ¿Cómo ven que se puedan integrar esas entidades a la red, sea en su rol de receptores o como aportantes?

- Creo que es muy interesante. Es un ámbito nuevo donde podríamos insertar este servicio y allí se podrían generar foros de discusión de distintos temas a través de esta red. Hoy las universidades están vinculadas a Internet y se generan foros de debate a través de esa red, pero en la práctica es muy difícil hacerlo dentro del ámbito nacional, porque no hay una relación directa entre las redes en el país: todos los mensajes con usuarios de cualquier punto o foro del mundo deben ir primero a Estados Unidos y después deben volver. Nosotros podríamos generar la posibilidad de que todas las universidades estén conectadas a través de RCC y, a su vez, sus miembros se puedan conectar también individualmente y no sólo en forma institucional. Ayer, por ejemplo, estuvimos reunidos con la Federación Argentina de Radios Comunitarias y ellos también tienen necesidad de dialogar y comunicarse, e intercambiar rápidamente noticias de un ámbito a otro. Por eso, estamos a punto de cerrar un convenio con ellos para que utilicen la red como medio de comunicación.

- ¿Qué significado tiene esta iniciativa para el movimiento cooperativo?

- Lo más importante es que tenemos el orgullo de que el movimiento cooperativo es generador de una herramienta para las pequeñas y medianas empresas que nadie produjo hasta ahora. Esta red es la primera y la única hasta ahora que puede dar una respuesta a las PyMEs en este nivel y con costos muy bajos. Esto ayuda a ratificar lo que muchas veces dijimos: el movimiento cooperativo es capaz de generar servicios y modelos de gestión eficientes y con una creatividad muy grande si la comparamos con muchos países desarrollados que ni imaginan este tipo de servicio.