

Tema 10 EL COOPERATIVISMO DE CONSUMO

Introducción

Una de las clasificaciones que se hace de las cooperativas es la que las divide en tres grandes sectores:

- ✓ las de usuarios,
- ✓ las de trabajadores y
- ✓ las de proveedores

Dentro de las **cooperativas de usuarios** se encuentran las de consumidores también llamadas **cooperativas de consumo**.

 Hay clasificaciones como las de **Julio Olivera** que incluye dentro de las **cooperativas de consumidores** a las siguientes:

- ➔ cooperativas de distribución o de consumo,
- ➔ cooperativas de suministros especiales (energía, telefonía, agua potable, etc.),
- ➔ cooperativas sanitarias (asistencia médica, farmacéutica, sepelios, etc.),
- ➔ cooperativas de servicios diversos (seguros, transporte, enseñanza, etc.)
- ➔ cooperativas de vivienda. En ello coincide con el enunciado de la ley española de cooperativas de 1931.

Las leyes argentinas de cooperativas -n° 11388 y n° 20337, de 1926 y 1973 respectivamente- las mencionan como “**cooperativas o secciones de consumo**”, en este último caso como secciones de otros tipos de cooperativas.

El estatuto-tipo establecido para cooperativas de consumo, por la autoridad de aplicación de la ley de cooperativas en la Argentina, las define sintéticamente al decir que “tienen por objeto adquirir o producir por cuenta de la Cooperativa, para ser distribuídos entre los asociados, artículos de consumo, de uso personal y del hogar”.

De tal modo podemos sintetizar diciendo que **cooperativas de consumo son las que brindan a sus usuarios mercancías de uso y consumo personal y familiar.**

El **cooperativismo de consumo** se relaciona estrechamente con las concepciones doctrinarias relativas al desarrollo del movimiento cooperativo, que trascienden la mera circunstancia de organizar una cooperativa -como si fuera una forma jurídica más- para atender una necesidad y limitarse a ello.

En el concepto de **Charles Gide** y la **Escuela de Nimes**, puede concebirse a las cooperativas de consumo organizando la sociedad sobre bases no lucrativas y asumiendo tanto la distribución como la producción. estableciendo lo que se llama la soberanía del consumidor en la República Cooperativa.

Rochdale

“El almacén de los pioneros de Rochdale, inaugurado el 21 de diciembre de 1844, no es la primera entidad de carácter cooperativo creada en el mundo, pero, los más eminentes cooperadores y los congresos de la Alianza Cooperativa Internacional han estimado que la Sociedad de Rochdale, por sus principios, su organización y sus métodos, debe ser considerada como la iniciadora del movimiento cooperativo mundial”. (Bernardo Delom, introducción a “Historia de los pioneros de Rochdale” de Georges J. Holyoake).



- ✓ se remontan a **1827** cuando el médico **William King** crea una entidad similar en Brighton, **Inglaterra**,
- ✓ la de **Derrion y Reyner** en **1835**, en Lyon, **Francia**.
- ✓ Pero la influencia sobre los **tejedores de Rochdale** proviene de las ideas de **Robert Owen**.

En las reuniones para su constitución “cada orador creía tener su fórmula infalible para la regeneración del género humano”. Y en el enunciado de los fines de los **Equitativos Pioneros de Rochdale**, contenido en el artículo primero de sus estatutos, indicaba que *“en el momento en que sea posible, esta sociedad emprenderá la organización de las fuerzas de la producción, de la distribución, de la educación y del gobierno, o dicho en otras palabras, el establecimiento de una colonia que se baste a sí misma y en la que se unirán los intereses, o bien prestará ayuda a otras sociedades para establecer colonias de esa clase”*.



En su estatuto se encuentran las reglas a las que el Movimiento Cooperativo nucleado en la Alianza Cooperativa Internacional -creada en **1895**- regresa periódicamente para inspirarse en su doctrina y revisar sus valores y principios de funcionamiento.

En su “Historia de las doctrinas cooperativas”, **G. Mladenatz** señala *“la cooperación no nació en Rochdale, ni siquiera en el aspecto del consumo, pero allí fue donde recibió la organización más perfecta. ... contenía las reglas prácticas de la organización y funcionamiento de las cooperativas de consumo. La idea y la realización fueron así inseparables”*.

Etapas del desarrollo

El desarrollo del sector de las cooperativas de consumo puede reconocer las siguientes etapas:

➔ I. De 1840 a 1900.

Se la considera *“la época heroica de los comienzos y los titubeos, donde aparecen como unas de tantas asociaciones del movimiento obrero”*, y sufren en algunos países las prohibiciones que acompañan a algunos sindicatos y partidos políticos populares.

En esos comienzos muchas de las cooperativas de obreros no distribuyen tabaco ni bebidas alcohólicas, atiende los mismos asociados a la salida de sus trabajos con horarios limitados y confrontan en el mundo del comercio sin tener leyes específicas.

Sus denominaciones expresan en general ideales humanistas:

- ✓ “Los Equitativos Pioneros”,
- ✓ “La Fraternidad”,
- ✓ “La Amistad”,
- ✓ “Paz y Justicia”,
- ✓ “La Alianza”,
- ✓ “La Unión”,
- ✓ “La Vanguardia”,
- ✓ “La Igualdad”, etc., que también empleaban las asociaciones mutualistas.

La idea de integración federativa fue concretada en muchos de los **movimientos de consumidores europeos** dentro de ese periodo:

- la Wholesale inglesa en 1863,
- la Lega italiana en 1886,
- la Forbundet sueca en 1899.
- La misma Alianza Cooperativa Internacional que impulsarán es de 1895.

En la **Argentina**:

se registra, en **1875**, un intento de constitución de una **cooperativa “de producción y consumos” en Buenos Aires**, donde se concreta la **“Sociedad Cooperativa de Almacenes” en 1884 y dura hasta 1890 y otra de inmigrantes franceses en 1885** que llega a **1888** y la **“Cooperativa Obrera de Consumos”** promovida en **1898** por **Juan B. Justo** que es disuelta en 1902.

➔ **II. De 1901 a 1940.**

El desarrollo de la economía y el de la legislación específicamente cooperativa, conducen a que las organizaciones cooperativas asuman la **estructura de empresa**, con profesionalización de las tareas de distribución y/o producción, crecimiento del trabajo dependiente, sin el voluntarismo asociativo de las épocas fundacionales.

Ello no les hace perder sus preocupaciones sociales, en orden a:

- fomento de la educación,
- edición de publicaciones institucionales,
- participación del trabajador en los resultados,
- locales para reuniones de los asociados,
- apoyo a instituciones de bien común.

“Ciertamente -dice **Charles Gide**- la cooperación detesta la guerra”. En ese período se produce la llamada Gran Guerra de 1914 al 18, de la que -siguiendo a Gide- *“las cooperativas la soportaron mucho mejor que otras organizaciones sociales que se han debilitado y dispersado”* y si bien no pudieron evitar el cataclismo, como ocurriría nuevamente con la Guerra Mundial iniciada en 1939, las cooperativas *“hicieron lo posible para evitar que se rompieran definitivamente los vínculos de solidaridad europea y, sobre todo, apenas terminada la guerra, se consagró a la tarea de renovar las relaciones entre los ex-beligerantes”*.

En la **Argentina** nace en **1905**, también a impulsos de Juan B. Justo, la **Cooperativa de Consumo, Edificación y Crédito El Hogar Obrero**, que promueve inicialmente la construcción de viviendas y en 1913 inicia la sección consumo, con la que llegó a contar con 300 sucursales en todo el país y en 1923 organiza la caja de ahorros, cuya corrida financiera le lleva a la declinación a fines del siglo XX.

En el **primer cuarto de ese siglo** se constituyen en el interior del país diversas cooperativas de consumo, entre ellas la más importante que llega hasta nuestros días que es la **Cooperativa Obrera Ltda.** con sede en **Bahía Blanca** y cuenta con unas 60 sucursales.

→ **III. De 1941 a 1980.**

En el análisis de **Josep Castaño Colomer** *“a partir de 1940 aparecieron a gran escala las grandes industrias alimentarias... hasta llegar a que el 80 % de los artículos de comida y bebida son manipulados o envasado por estas compañías, algunas de ellas multinacionales”*.

“Esta circunstancia hace que las industrias alimentarias impongan a sus marcas a través de la publicidad ... (e imponen) un margen al comerciante”.

“La única manera de hacer frente a los problemas de la distribución alimentaria es el montaje del almacén en forma de supermercado y si es posible de hipermercado...”, señalaba al final de este periodo el citado **J. Castaño Colomer**.

Las cooperativas de consumo más desarrolladas supieron captar la época y tuvieron que desarrollar una intensa competencia de los sectores lucrativos que recurrieron

en muchos casos a prácticas monopólicas o abusivas. También avanzaron las cooperativas de consumo exitosas a la instalación de sus propias fábricas en algunos de sus abastecimientos.

Como resultado de ello se dieron casos como el del **cooperativismo de consumo sueco** que, en la **década de 1960**, “se transformó en el más importante vendedor minorista con la posesión de una substancial proporción del mercado y la propiedad de una extensa red de equipos industriales”.

➔ VI. De 1981 a la actualidad

“El periodo que media entre fines de la década de 1980 y el momento presente ha sido un tiempo de transformación dramática: la caída de la Unión Soviética y el cambio en las relaciones entre Oriente y Occidente; la desaparición de fronteras para las personas, las mercaderías, el dinero y la información y el surgimiento de conflictos étnicos y religiosos. Sin dudas, la economía centralmente planificada ha sido desacreditada. Pero la economía de mercado es imperfecta y los conflictos económicos se están profundizando. Además, una variedad de problemas globales, de los cuales el más obvio es el del medio ambiente, está creciendo en su gravedad...”, señala el **Informe de un proyecto de la ACI de mediados de 1995**.

“En la actualidad -dice Viviane Forrester- “un desempleado no es objeto de una marginación transitoria... Es víctima de una lógica planetaria que supone la supresión de lo que se llama trabajo, es decir de los puestos de trabajo”... “Vivimos en medio de una falacia descomunal, un mundo desaparecido que se pretende perpetuar mediante políticas artificiales”. (“El Horror Económico”, 1996)

“No vivimos bajo la garra falta de la globalización -afirma Viviane Forrester- sino bajo el yugo de un régimen político único y planetario, no reconocido: el ultraliberalismo, que rige la globalización y la explota en detrimento de las grandes mayorías. Esta dictadura sin dictador no aspira a tomar el poder sino a dirigir a quienes lo ejercen”. (“Una extraña dictadura”, 2000).

La información del diario argentino de mayor circulación nacional, indica el 4 de julio de 2004 en su tema central: *“Una de cada cinco ventas se hace en negro”*. Y subtítulo: *“Según estimaciones del sector privado, la economía en negro mueve más de 23.000 millones de pesos por año, una cifra similar al presupuesto destinado a Educación. Desde el Gobierno calculan que por cada 10 pesos que se gastan en el circuito legal, otros 2.50 pesos van a la red paralela”*. La cuestión tiene entre otros ingredientes la existencia de notorios *“centros de ventas de mercadería falsificada”* y *“un floreciente negocio de los piratas del asfalto”*, con un 80% de robo por encargo, es decir otra de las formas de corrupción imperante en el país.

En este contexto de economías paralelas y de dramática exclusión de enormes sectores de la población, se plantea la democracia participativa que expresan las cooperativas de consumo y el movimiento cooperativo, en conjunto con las restantes organizaciones de la economía social.

Demostrar que las cooperativas -no sólo las de consumo- son diferentes de otros tipos de organización económica y social, es el gran desafío de una época de cambios tan profundos, que muestran un cambio no menos profundo que el producido con la Revolución Industrial.

Cooperativa Obrera Ltda.

La **Cooperativa Obrera** fue fundada el 31 de octubre de 1920 en la ciudad de Bahía Blanca, si bien hubo una entidad previa, creada en 1911, que no prosperó. Por entonces, en el Partido del mismo nombre, actuaban entidades similares en Ingeniero White desde 1913 y en Punta Alta desde 1914, la que más tarde fue disuelta. En 1919 se constituye otra de empleados y obreros ferroviarios que, al igual que la whitense terminarían fusionándose con la Obrera.

El alto costo y baja calidad del pan y la adulteración de la leche eran en esa época algunas de las preocupaciones que tenían los consumidores por esos productos esenciales de la canasta familiar. Fue así que la idea de contar con un horno para producir pan, da origen a la que se denomina originariamente Cooperativa Obrera Panadera y Anexos, fundada por 173 vecinos, muchos de ellos ferroviarios.

Un profundo debate convence a los asociados a construir la panadería propia en vez de alquilarla, para lo cual emiten bonos de \$ 10 sin interés, y construyen los hornos de los que sale el primer pan el 1 de mayo de 1922.

El desarrollo de la **Cooperativa Obrera** permite distinguir las siguientes **etapas**:

→ I. De 1920 a 1930

- Luego de la exitosa producción de pan, que redujo un 50% el precio de plaza y mejoró su calidad, se organizó la distribución del producto a domicilio con varias jardineras y un camión. En 1928 aprueba la reforma estatutaria que habilita la caja de ahorros y en 1929 se inicia la venta de carbón, leña y papas, proyectando la apertura de un almacén.

→ II. De 1931 a 1950

- El período se inicia con la gran crisis económica mundial de 1930, no obstante lo cual se consigue el almacén el 1° de mayo de 1932, a la que habrán de agregarse posteriormente las secciones de tienda y sastrería y ampliaciones de la panadería. En 1943 se agregan las viviendas al objeto social, las que sin embargo no se concretarían hasta la fecha.
- En 1932 participa de la creación de la Federación Argentina de Cooperativas de Consumo (FACC).
- En 1945 se inaugura la sucursal 2 en el barrio Villa Mitre, a la que seguirían en otros años las de la localidad de Gral. Cerri y otros barrios.
- La culminación de esta etapa de expansión fue el alquiler en 1949, y luego la compra, del céntrico Almacén Inglés, sede de la administración y con el tiempo el primer supermercado con autoservicio del interior.

→ III. De 1951 a 1960

- El proceso inflacionario y la resistencia remarcar precios, la nueva legislación laboral, el desabastecimiento de artículos críticos, la política oficial de precios máximos, la caída de ventas en la sección forrajes por la difusión del gas natural, llevaron a endeudamientos y dificultades financieras.
- La etapa crítica fue superada con la venta de terrenos, la supresión de repartos domiciliarios y la incorporación del patrimonio y asociados de la Cooperativa Ferroviaria local en 1955, culminando largas gestiones, así como la de la Cooperativa Popular de Saavedra en 1960, como octava sucursal.

→ IV. De 1961 a 1980

- Un sensible aumento de las operaciones sociales para sus más de 12.000 familias asociadas impulsa la compra del Almacén Inglés en 1961 logrado en base a un aumento de capital, a un empréstito interno e incremento de depósitos en caja de ahorro y un préstamo de la Cooperativa El Hogar Obrero.
- En enero de 1965 se dispone la implantación del sistema de autoservicio en la sede central, a la que asiste el entonces vicepresidente de la Nación el Dr. Carlos Perette. Ante el éxito del sistema se extendió el mismo a otras sucursales.
- En 1964 promueve con otras cooperativas de la zona la constitución de una federación pionera en materia de integración horizontal: la Asociación Intercooperativa Regional (AIR).
- Se realiza una política de compras de terrenos en previsión de expansiones y nuevos depósitos, a los que se agrega la incorporación en 1968 de la Cooperativa Eléctrica Bahiense, que fuera impedida en su momento de proveer de energía y la de consumo de una metalúrgica local.

- La fortaleza adquirida y un eficiente plan de desarrollo permitió desde 1974 programar un adecuado crecimiento y sortear crisis económicas afrontadas por la economía nacional.
- A fines de 1979 se inaugura la sucursal 12.

→ V. De 1981 a la fecha

- El traslado de la administración y del funcionamiento del Consejo directivo a la sede ahora ampliada de la sucursal 12, inicia una nueva etapa en mayo de 1981, ya con más de 50.000 asociados.
- Nuevas sucursales en la ciudad y la apertura en Pedro Luro y Punta Alta, así como la habilitación de un Centro de Compras para productos no alimenticios en 1987, Pigüé en 1988, Cnel. Dorrego en 1989, Coronel Suárez en 1994 y Tres Arroyos en 1995, indican una creciente aceptación popular, 27 sucursales y una masa de asociados que superan los 160.000, al cumplir los 75 años de su fundación.
- Mediante un Acuerdo de Colaboración con la Cooperativa Sombra de Toro se concluye en 1992 el frigorífico que ésta había iniciado.
- Ante el acelerado proceso globalizador que desembarcó en nuestro país a las principales cadenas multinacionales, éstas llegaron a Bahía Blanca, como el caso de WalMart.
- La expansión regional a Tres Arroyos, Puán, Olavarría, Necochea, Benito Juárez, Tornquist, Río Colorado, General Acha, Guatraché y General La Madrid, significaron un intensísimo trabajo.
- Un capítulo especial en la vida de la Cooperativa Obrera fue el enorme esfuerzo de habilitar, en 1996, el primer hipermercado de Bahía Blanca, y luego el segundo hiper en 1998 en el Bahía Blanca Plaza Shopping, complejo del que terminó asumiendo su conducción.
- El sistema de crédito cuenta con la tarjeta propia “Coopeplus”
- Pese a la conmoción de diciembre de 2001 en la que se produjo el abandono de la convertibilidad, respetó el compromiso con sus asociados ahorristas y mantuvo su proyecto que llevó en el 2003 a la apertura de un supermercado en Cinco Saltos y en el 2004 a una nueva sede en Olavarría y la inminente asunción de la gestión de otros tres supermercados en General Roca, para superar así las 60 sucursales, aproximarse a los 200.000 asociados y contar con más de 2.300 empleados.
- Estos datos la convierten en la cooperativa de consumo más importante de Argentina y la segunda en Latinoamérica, tras su similar de San Pablo, Brasil.

Desarrollo de marcas propias



Las nuevas exigencias de los consumidores se caracterizan por criterios menos conservadores, menos fidelidad a las marcas tradicionales y no sólo a aceptar sino también exigir marcas propias.

Una fortaleza indiscutible para Cooperativa Obrera lo ha constituido el desarrollo de las marcas:

- “Cooperativa”,
- “Primer Precio”,
- “Sombra de Toro”,
- “Ecoop” y
- "Ecoop Bía”,

los dos últimos vinculados a los ciclos productivos controlados y al bajo impacto ambiental, así como al pan mejorado con aceites omega 3, 6 y 9 según el Programa Propia de la Universidad Nacional de La Plata.

Otro aporte significativo lo es la de la distribución del girasol alto oleico, bajo sistema de identidad preservada y libre de modificación genética o el lanzamiento de la campaña “5 al Día” para el consumo de frutas y legumbres según recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.

Interés por la comunidad

En las sucursales se realizan “redondeos solidarios” como aporte a entidades de bien público que son elegidas por los concurrentes al Círculo de Consumidores de cada ciudad.

Los comedores escolares reciben miles de kilos de mercaderías y de litros de leche, así como se aporta a las Cooperadoras Escolares, Cuerpos de Bomberos y Patronatos de Niños u Hogares del Anciano, al igual que se bonifican los precios a favor de los jefes y jefas de hogar desocupados.

El involucramiento con los intereses de la comunidad pone también su acento en apoyos a iniciativas educativas como el Proyecto Biodiesel de la Escuela Agronómica de Tres Arroyos, a la que se proveen aceites de frituras para ser reciclados y transformados en combustible.

Se participa del proyecto educativo industrial para la producción de pollos en el establecimiento “La Gleba”, vinculado a la Universidad Nacional del Sur, distribuyéndose los productos en sucursales.

Las cuestiones ambientales motivan la participación en el programa de recolección de pilas, de promoción de “puntos limpios” y estímulo a la creación de los Ecoclubes.

En el último año hubo apoyos a más de 1.100 entidades de bien público.

Acciones sociales y culturales

Caracterizada como “la empresa social de los propios consumidores”, la Cooperativa Obrera desarrolla una intensa labor educativa y cultural.

Cuenta con un Coro de Niños de 60 voces, desde hace un cuarto de siglo.

Edita la revista “Familia Cooperativa” de 60.000 ejemplares de distribución gratuita.

Desde hace 17 años consecutivos promueve certámenes escolares, con más de 2.00 trabajos anuales de alumnos de 4° a 6° año y son 8 los concursos fotográficos para aficionados, con un millar de participantes en promedio..

Cuenta con cursos de gimnasia para embarazadas y para adultos mayores, en su sede central.

Conferencias y acciones por el medio ambiente y la salud, así como recordaciones de figuras destacadas de la literatura y de la historia, envío de efemérides semanales a todas las sucursales.

En el salón cultural propio de Zelarrayán 560 de Bahía Blanca se proyectan un centenar de funciones de cine documental y largometrajes, un número similar de cursos de manualidades y otros temas. En dicha sede se reciben visitas escolares, se realiza la capacitación del personal, reuniones del Círculo de Consumidores y asambleas institucionales.

En dicha sede y en otras de las veinte ciudades de actuación se realizan exposiciones de bellas artes.

Cooperativas de consumo

El funcionamiento de su Círculo de Consumidores registra en el 2004 su octavo año. Sesiona en cada una de las ciudades de actuación y en varias sedes en Bahía Blanca. Moviliza unas 9.000 personas sin que sea obligación estar asociado. Ha realizado ya dos Convenciones Regionales de Consumidores con 1.300 participantes en cada una y con elevación a las autoridades de propuestas vinculadas a la alimentación, la salud y la defensa del consumidor, así como a favor de la educación cooperativa. En la de 2003 participó el Dr. Noel Barengo investigador de la Universidad Kuopio de Finlandia. Se promueve actualmente el ambicioso proyecto de “Localidades saludables” para promover la participación ciudadana en la prevención de enfermedades sobre la base de alimentación segura, no fumar y actividades físicas.

Eroski en España

La experiencia cooperativa de Mondragón es de indudable importancia y apasionante desarrollo. Es debida al empuje visionario del sacerdote José María Arizmendiarieta, en una población que en la década de 1940 oscilaba en los 9.000 habitantes.

Su labor en la Escuela de Aprendices de la Unión Cerrajera y su impulso de la Escuela Profesional en 1943, de la que saldrían los alumnos que constituyeron la primera cooperativa industrial Ulgor y eran egresados en 1955 y cuyos estatutos fueron aprobados mucho más tarde.

A ella seguirán Arrasate, Copreci, Fagor, Ederlan, Eroski..., así como la Caja Laboral Popular en 1959, Ikerlan, Lagun-Aro..., que conformarán el Grupo Cooperativo Mondragón.

Esta experiencia económica y social de cooperativismo industrial tiene, en materia de consumo una característica especial que diferencia a la Cooperativa Eroski de otras y es haber a los trabajadores asociados, a los consumidores como dueños.

Ya en 1958 funcionaba la Cooperativa de Consumo San José de Mondragón, pero es recién en 1969 nace Comercio. la que poco más de un año después se denominará Eroski y fusiona varias cooperativas de consumo, todas ellas miembros de la cooperativa de crédito Caja Laboral Popular, a la que la San José había cedido su edificio para sede dicha Caja.

Eroski concilia en una misma institución a asociados trabajadores, quienes operan, ejecutan y gestionan la empresa y a socios consumidores, a cuyo servicio específico nace la cooperativa.

Cooperativas de Consumo

Su red de establecimientos comprende diversos tamaños de establecimientos que se denominan Hiper, Maxi, Súper, Cash, además de franquiciados y de tiendas especializadas, brindando además turismo con su agencia de viajes propia.

Sus servicios se han expandido por **España** hasta convertirse en la cadena de supermercados de propiedad española más importante del país, registrando acuerdos con la Cooperativa Consumo de Valencia.

Su dirigencia aspira a convertirla en una empresa con actuación en otros países de la Unión Europea, recientemente ampliada.

España, junto a **Italia** y **Portugal** incorporaron a sus Constituciones nacionales la promoción del cooperativismo.

Con respecto a la ley española de cooperativas, ella regula en su art.88 esta clase de cooperativas, “cuyo objeto es el suministro de bienes y servicios, en un sentido amplio, adquiridos de terceros o producidos por sí mismas, mejorando de esta forma las condiciones de consumo de sus socios o de quienes con ellos convivan”

La ley 4 de 1993 rige a las cooperativas del País Vasco, modificándose en el 2000, admitiendo

para ellas “cualquier actividad económica o social”, con un mínimo de 3 socios, en tanto exige un mínimo de 2 cooperativas para hacer una de grado superior

En Italia el número mínimo de asociados de una cooperativa, con carácter general, es de 9, pero salvo autorización especial las de consumo deben contar al menos con 50.

KF en Suecia

En **Suecia** la legislación de 1987 admite cooperativas que sean iniciadas con un mínimo de 5 miembros.

Los antecedentes del cooperativismo sueco lo vinculan al sindicalismo que reconocía la necesidad de contar con otras organizaciones a su lado para mejorar el nivel de vida de los trabajadores, como es el caso de las cooperativas.

Así se fundaron la Cooperativa de consumo de los Trabajadores (hoy Konsum) en 1897, y las cooperativas Pan y Adelante, ambas en 1898, en las ciudades de Estocolmo, Malmö y Gotemburgo respectivamente.

Las tres cooperativas mencionadas convocaron a un congreso, del que tomaron parte 41 cooperativas y dieron nacimiento el 5 de septiembre de 1899 a la Federación Nacional Cooperativa, (Kooperaativa Förbundet) cuya sigla es KF. Ella desempeñó un papel fundamental en el desarrollo de este Movimiento en ese país, convirtiéndose en la organización central de gran importancia en la lucha antimonopolista y en el desarrollo del cooperativismo de consumo en ese país nórdico.

La **Cooperativa de consumidores de Estocolmo**, Konsum, fue la mayor de Suecia por número de asociados (450.000) es decir la mitad de las familias de su región y su volumen de facturación. Desde 1993 ha transferido sus actividades minoristas a la federación KF pero como decisión independiente y activa en el proceso de integración actual, que en un gran número de casos obedeció a problemas económicos.

Desde su origen en 1899 la KF tuvo un constante desarrollo que fue muy expansivo luego de 1950 y hasta 1970. En esa época la KF se concentra en actividades mayoristas, producción industrial, educación e información en tanto las cooperativas miembros abordan la venta minorista y los contactos directos con los asociados. Pero desde el despliegue de los mercados financieros de los '80, los climas especulativos y la prevalencia de ideas de “economía de mercado puro”, fomentaron el egoísmo y el individualismo en la misma sociedad sueca, estimulado por la caída del sistema colectivista soviético. Desocupación y reducciones del sistema de bienestar social sueco y bajas de salarios, complicaron a las cooperativas.

Esto motivó reorganizaciones no siempre exitosas que culminaron con la creación de un Comité Estructural, con miembros de la KF, de algunas de sus cooperativas y del personal, que promovió “una organización cooperativa de negocios integrada para toda Suecia”, organizada en regiones.

La cuestión que se plantean los suecos en conceptos de Sven Ake Böök es: “¿Hay que mantener la ambición de alentar un desarrollo cooperativo **por y a través** de los asociados o es más realista restringir la ambición a un desarrollo cooperativo principalmente **para** los asociados?”

También advierte que “las relaciones entre el consumo y otros aspectos de la vida se están tornando cada vez más importantes: la salud, el medio ambiente, el tiempo, la ética, el bienestar social, los impactos sobre otras personas, el trabajo, la justicia social, la solidaridad internacional, etc. Tales problemas no pueden ser encarados directamente por el mercado o directamente en el rol de “cliente”. Hay problemas básicamente políticos que conciernen a cómo organizar la vida social y económica y para encararlos existe la necesidad de ir más allá del mercado. Las organizaciones cooperativas siempre han sido instrumentos para tales enfoques y la relevancia de esa capacidad no se ha reducido en las sociedades modernas”.

Por ello **Böök** dice que debemos estar “listos para involucrarse en la Cooperación como un buen camino que permita contribuir a crear una sociedad mejor. Más aún, tal como lo sabemos por experiencia, los asociados cooperativos comprometidos y una buena economía cooperativa se apoyan mutuamente. Se pertenecen mutuamente”.

Coop Norden

El **cooperativismo de consumo de Noruega** muestra una gran vitalidad con 227 cooperativas que nuclean casi un millón de asociados y que poseen 1.300 puntos de venta con distintos formatos, empleando 20.500 personas y cubriendo el 25 % del mercado minorista del país.

Según Turid Jodahl, directora de política industrial de la federación que las nuclea “se otorga prioridad al hecho de tener en sus tiendas mercaderías de calidad garantida, que respete el medio ambiente y que garantice un mayor nivel de sustentabilidad respecto de la producción de materias primas y el seguimiento de los productos desde la finca a la mesa” y es impulsora de la iniciativa para la Fundación del Comercio Ético.

El cooperativismo de consumo noruego se integra en la Coop Norden, que nuclea a las cooperativas de Dinamarca que tienen el 38% del mercado danés de comestibles y a la KF de Suecia que tiene el 24 % de dicho sector. Coop Norden representa el 29 % del total del comercio de comestibles en Escandinavia y “su objetivo es salvaguardar los intereses de las cooperativas con el propósito de alcanzar las mejores condiciones posibles para ellas y ser la fuerza motora, estratégica y comercial, para su desarrollo”.

“Coop Norden -dice **Turid Jodahl**- pone en evidencia que las cooperativas pueden aprovechar las ventajas de la globalización y al mismo tiempo conserva las preferencias por los productos y servicios nacionales, y de este modo proteger los empleos y el sustento a nivel local”.

ACI y el Consumo

“La Alianza Cooperativa Internacional (ACI) es una asociación no gubernamental independiente que nuclea, representa y presta servicios a las cooperativas de todo el mundo”.

Es presidida actualmente por Ivano Barberini, representante del cooperativismo de consumo italiano.

La ACI, en su carácter de organización no gubernamental, es reconocida por las Naciones Unidas como ente consultivo en el Consejo Económico y Social y trabaja además con alrededor de 30 agencias internacionales y nacionales para el desarrollo económico y social.

La ACI trabaja con la FAO y la OMS, entre otras acciones, a favor de la seguridad alimentaria, lo que motivó una resolución de su Asamblea General (Seúl, 2001) por moción de la Unión de Cooperativas de Consumo de Japón.

La ACI reconoce una decena de Organizaciones especializadas, entre las que se cuentan las de cooperativas agrícolas, bancos, pesca, salud, vivienda, trabajo, energía, seguros y a la de consumo, así como a Intercoop (Organización Internacional de cooperativas de consumo, comercio y distribución).

Intercoop es una unidad para la colaboración comercial entre cooperativas de consumo que nuclea una decena de organizaciones federadas de países europeos y de Israel y Japón, que han creado una compañía comercial vinculada denominada Intergroup, para atender compras conjuntas de artículos no alimentaciones para las cooperativas de consumo.

ACI-Américas

La ACI inició en 1988 acciones exploratorias en las **Américas**, hasta definir su presencia institucional en 1990 al establecer una Oficina Regional conocida como ACI-Américas, en San José de Costa Rica, abriendo posteriormente Oficinas de Proyectos en Buenos Aires -funciona en la sede de Cooperar-, en Brasilia y en la ciudad boliviana de Santa Cruz.

La Oficina Regional ACI-Américas ha promovido el acercamiento entre las cooperativas de consumo latinoamericanas que registran interesantes desarrollos en Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Dominicana, Guatemala, México, Panamá y Uruguay.

En uno de sus documentos indican que “las cooperativas de consumo se vinculan directamente con el desarrollo económico y social de las personas y familias, dado que contribuyen a la profundización del sistema de abastecimiento de alimentos en las ciudades, las zonas rurales y las zonas alejadas de las comunidades”.

Entre las funciones que destaca son las de:

- a) “operar bajo el esquema de precio justo y peso exacto”,
- b) ser “reguladoras de precios”,
- c) “reducir la especulación y el acaparamiento”,

d) “permitir que las personas se organicen y sean protagonistas directos de sus propias empresas comerciales” y

e) “aumentar el nivel de ingreso de la gente”.

Conceptos Doctrinarios

La cooperación de consumo ha sido motivo de muy variados análisis, entre los que elegimos los de algunos destacados doctrinarios del cooperativismo.

→ a) Charles Gide

“Las sociedades cooperativas de consumidores, organizadas, federadas, transformadas en una potencia, podrán realizar una verdadera revolución económica ubicando al consumidor en el verdadero lugar que la ciencia y el buen sentido le signa, es decir, el primero, y transfiriendo a sus manos el gobierno económico”.

“Porque la verdadera función de las sociedades cooperativas de consumidores no es solamente la de crear un instrumento de ahorro, o un medio de intercambio perfeccionado o, en fin, un centro de instrucción económica, un hogar solidario o una oficina reguladora de precios; es todo eso, pero algo más: es un órgano nuevo que aparece en el mundo social y que dará por primer vez una voz, una voluntad y una conciencia, a esa masa amorfa y pasiva, a ese rebaño de ovejas que no sabe ni balar, llamado consumidores”.

“... el pueblo no era menos ignorante de sus derechos y de sus deberes políticos que el consumidor de sus derechos y sus deberes económicos -y lo es todavía-, pero si el verdadero método de aprender a nadar es arrojarse al agua, el verdadero método de proceder a la educación económica, política o moral de un pueblo, de una clase, de una categoría social cualquiera, es el de ponerlo en condiciones de ejercer el poder efectivo, y esto es precisamente lo que hacen las sociedades cooperativas de consumidores”.

→ b) Paul Lambert

“Actualmente (1959) el consumidor es el elemento más débil tanto en el orden político como en el económico”.

“...¿cómo puede concebirse en la fase empresarial el papel respectivo de las tres soberanías: consumidor, productor y ciudadano?”

“Las reglas podrían ser las siguientes:

“La distribución y también la fabricación de los bienes industriales de consumo frecuente y general, lo mismo que el realizar los servicios, son función esencial del consumidor”.

“Las actividades primarias de la agricultura y las actividades ligadas estrechamente a la iniciativa de una familia o de un grupo pequeño (artesano, pequeña industria de las cooperativas obreras) son funciones esenciales del productor”.

“Las actividades que implican la gratuidad o la casi gratuidad del servicio (carreteras) o que afectan al orden público (moneda) son funciones esenciales del Estado, es decir del ciudadano”

“..... Mas si las tres soberanías no deben tener siempre el mismo poder, en todo caso deben poder ejercer alguna influencia”.

“...De esta forma puede trazarse, en lugar de la fórmula demasiado exclusiva de la soberanía del consumidor, una coexistencia y una fusión de las tres soberanías”.

“Las tres, por otra parte, se derivan de un único principio: el control que el hombre debe ejercer necesariamente sobre las instituciones que ha creado y a las que hace vivir”.

→ c) Isaac Guelfalt

“La proposición de Charles Gide: “¿Qué es el consumidor? Nada. ¿Qué debe ser? Todo”, pone de manifiesto la finalidad que se proponían los iniciadores de una teoría económica de la cooperativa de consumo: hacer de ésta un monopsonio. De hecho la teoría no se ha manifestado nunca”.

“... Además, la demanda del consumidor y el propio acto de consumo no son sólo el eslabón final, sino también el eslabón más débil en la cadena del proceso económico”.

“... La fuerza de cohesión del movimiento cooperativo de consumo es comparativamente débil para transformarla en “economía dominante”, en monopsonio o en monopolio imperfecto, para que en cualquier caso ejerza un poder decisorio sobre el mercado. La “densidad” y la insuficiente “lealtad” de las masas de socios son las que condicionan la debilidad de un movimiento cooperativo, y las que le impiden progresar desde una economía dominada hacia una economía, si no dominante, por lo menos con una influencia sobre los mercados de la economía nacional”.

→ d) Henri Desroche

“La estricta vinculación comercial creada por esta operación entre las sociedades y sus socios es a menudo demasiado débil y queda reducida a un vínculo de clientela, exigiendo, por lo tanto, que se la enriquezca. La sociedad se rodeará -en realidad se enriquecerá- de un cierto número de servicios: de crédito, de consulta familiar, cultural, de viajes, etc.”

“... Es así como la asociación de consumidores, que constituye la cooperativa de consumo, está llamada a unirse a otras asociaciones de consumidores que corresponda de manera específica a la satisfacción de otras necesidades del presupuesto familiar: vivienda, esparcimiento, cultura, salud, etc. Esta coalición intercooperativa aspira a cubrir el conjunto de los servicios deseados y es por esto que tiene vínculos y coherentes con el interés global del consumidor”.

“... En la actualidad (1977), aunque no se comparta la certeza de la concreción de esa famosa República Cooperativa, se alienta la esperanza de que algo equivalente ya sea la microrepública de los Pioneros o bien a la macrorepública de Charles Gide debe proporcionar su garantía y su horizonte a la ética social de todo movimiento cooperativo. Este horizonte es precisamente el que podría brindar la acción intercooperativa”.

→ e) Georges Lasserre

“Aquí se concentran las mayores ambiciones del cooperativismo porque, si llega a generalizarse la cooperación de consumo, transformará las economías mucho más radicalmente que en el caso de una generalización de las cooperativas de trabajo o de las cooperativas agrícolas. La doctrina cooperativa debe generalizar la economía cooperativa, y funda sus esperanzas en la cooperación de consumo”.

“...La cooperativa de consumo es la más original de todas por la coincidencia que presente entre el cliente y el empresario”.

“... En todo movimiento social, la sociología distingue tres partes: las masas, los militantes y los dirigentes”. ... “Estos tres elementos son indispensables. Sin masa o sin dirigentes, no hay movimiento posible. En cuanto a los militantes, aseguran el enlace entre dirigentes y masas”.

“... Cada consumidor, cada trabajador, está invitado a tomar parte en su cooperativa, a tomar sus responsabilidades, a tener el sentido de las responsabilidades, a interesarse por la vida colectiva”.

“La libertad no es posible sin responsabilidad. Quienes quieran ser libres sin aceptar sus responsabilidades, llegará pronto a perder su libertad”.

“... En general, la fe cooperativa y los móviles superiores no pueden compensar esta falta de interés personal. Es una cuestión de calidad humana y de educación; la educación cooperativa de un país es una tarea inmensa”.

→ f) Arturo Vainstok

“No hay duda que el mundo de 2005 será diferente al de 1980; y por supuesto, la sociedad argentina de entonces será distinta a la de nuestros días”.

“... Pero los seres humanos concretos son los que constituyen la sociedad; y el dato computable es el respectivo comportamiento común. Sin caer en una suerte de maniqueísmo, ni incurrir en la frivolidad elitista de pretender el nucleamiento apartado de los buenos frente a los otros, admitimos sí, que siempre habrá líneas distintas de conducta, que habrá en

todo tiempo comportamientos antisociales y siempre habrá necesidad de fijar líneas de actuación que se aproximan más y mejor a presupuestos morales generalmente aceptados. Es así que aspiramos a que las normas de conducta que definen el comportamiento social en que nos reconocemos -que se caracteriza por la lealtad a los principios que admitimos y a la guía austera de disciplina libremente aceptada en que nos formamos- se proyecte en el tiempo como modelo cooperativo germinal de solidaridad y grandeza moral.”

“...El mundo cooperativo no corresponde al orden de los negocios de mercado, sino al área dedicada al perfeccionamiento posible de la condición humana, que procura mejorar la calidad de vida del ser humano”.

