

ECONOMÍA SOCIAL ¿QUÉ ES?
Kemly Camacho

Material elaborado para el Plan Inaugural La Catalina

Aspectos claves que diferencian la economía social de otros modelos empresariales.

1. Las entidades o empresas de economía social (asociaciones, mutuales, cooperativas) aunque no pertenecen al sector público carecen de finalidad lucrativa, entendido esto como que los beneficios generados se reinvierten en la empresa y en la comunidad.
2. Las entidades o empresas de economía social tienen autonomía de gestión e independencia de los poderes públicos, la adhesión es voluntaria y abierta y el control democrático es ejercido por sus miembros (hombres y mujeres) desde la base.
3. En la economía social hay primacía de las personas y de lo social sobre el capital. La inversión más importante son las personas y su formación, ya que son la clave para su éxito social y económico.
4. La economía social se basa en los principios y valores de la solidaridad, democracia, responsabilidad, participación, acción colectiva, autonomía, promoción de la ciudadanía activa, arraigo en lo local, valorización de los recursos sociales, culturales y ambientales
5. La distribución del beneficio y la toma de decisiones no están ligadas directamente con el capital aportado por cada socio, correspondiendo un voto a cada persona.
6. La economía social busca la reintegración de sectores marginados a la sociedad y considera el empleo como una herramienta clave para la inserción social.
7. La economía social busca satisfacer necesidades de las mismas personas productoras o de sus comunidades, uniendo producción y reproducción. Responde a problemas de grupos sociales o de territorios concretos, fomentando la capacidad emprendedora y empresarial y la distribución equitativa de esfuerzos y resultados.
8. Las empresas de economía social respetan un doble equilibrio: rentabilidad económico-financiera que posibilite su mantenimiento en el mercado y equilibrio cooperativo, manteniendo sus señas de identidad de economía social.
9. Los métodos organizativos, las técnicas de dirección y administración de las empresas de economía social son adaptadas a su idiosincrasia y no replicadas de la empresa privada con ánimo de lucro.
10. Las empresas de economía social no maximizan el beneficio como objetivo en sí mismo y la rentabilidad es incrementada desde el compromiso por el empleo.

11. La economía social es un agente económico de la sociedad civil que contribuye a devolverle el poder a la gente.
12. Las empresas de economía social son en esencia inclusivas por lo que respetan las diferencias ya sean las generadas por el género, la edad o la procedencia etc.
13. Los emprendimientos relacionados con la Economía Social priorizan en lo local y no en lo global.
14. Promueven la diversificación y la diversidad rompiendo con la tradición de monocultivos y dependencia.
15. Este tipo de empresas son justas porque respetan los derechos laborales de los y las trabajadores, buscando siempre una repartición equitativa de las riquezas.
16. La Economía Social propone un modelo de desarrollo en donde no se haga un uso desmedido de los recursos naturales y de los seres humanos. De esta forma promueve un desarrollo sustentable es decir justo, limpio y consciente, en donde se busque el sustento digno de las personas y del medio ambiente.

a. La economía social cómo espacio inclusivo:

La Economía Social tiene como uno de sus principales principios la inclusión. ¿Pero qué entendemos cuando hablamos de “inclusión”? Es el acto de incluir a otros en un grupo o espacio reducido que no ha sido accesible para todos, sino solamente para unos cuantos.

Cuando hablamos de inclusión social, hablamos de abrirles espacios a las personas que por diversas razones han sido excluidas.

La Exclusión Social se ha dado por múltiples razones:

- por un acceso desigual a las oportunidades (educación, recursos, salud),
- por la procedencia de las personas (rural, urbano, otros países ...)
- por la edad que tienen
- por el género al que pertenecen
- por su orientación sexual
- y por la etnia a la que se inscriben

La exclusión ligada a estas características ha generado que amplios grupos sociales como las poblaciones indígenas, las mujeres, los homosexuales y los jóvenes, se mantengan aislados de los procesos de toma de decisión y de desarrollo.

Ante esto la Economía Social propone un modelo de desarrollo que promueva la inclusión social de las personas que por sus diferencias han permanecido excluidas. Este modelo profesa la participación activa y protagónica de las personas, así como defiende los procesos democráticos de toma de decisión.

b. La economía social y el comercio justo:

La lógica del Mercado Mundial ha generado una división desigual en los intercambios comerciales entre el Norte y el Sur. Es así como los países del Sur exportan materias primas a bajos precios y los países del Norte productos terminados a altos precios. Esto, junto con la aparición de grandes empresas transnacionales ha generado una precarización de la mano de obra y la quiebra paulatina del campesinado agropecuario en los países del Sur.

El Comercio Justo nace como una alternativa a esta situación, promoviendo relaciones más dignas, justas y conscientes entre personas que producen ubicadas generalmente en países en vías de desarrollo y las que consumen. Es así como se establece esta nueva dinámica en donde las personas que compran un alimento o que reciben un servicio etiquetado como “Comercio Justo” están seguras que es un producto generado bajo altos sistemas de calidad y que los y las trabajadoras que intervinieron en su confección gozaron del respeto de sus garantías laborales. Aunque los productos justos casi siempre tienen precios más elevados que los productos convencionales, el comprador paga un poco más, sabiendo que ese dinero será recibido por los productores y que este no se quedará en las manos de los intermediarios.

El Comercio Justo busca así reducir la cadena de intermediarios y acercar cada vez más a los que producen con los que consumen, conscientes que un importante porcentaje de las ganancias generadas por ese producto van directamente a las organizaciones productoras.

La esencia del comercio justo es, precisamente, el reconocimiento de la identidad del producto, es decir: su origen campesino y esta iniciativa representa una alternativa viable de subsistencia.

Es importante rescatar que Comercio Justo no implica agricultura orgánica, pero si implica una producción limpia, es decir no hacer un uso desenfrenado de los recursos naturales y la reducción paulatina del uso de agroquímicos. El Comercio Justo permite así, volver a confiar en la tierra y en sus capacidades para generar productos sanos, nutritivos, justos y limpios.

Los principales criterios del comercio justo:

Los socios del comercio justo buscan respetar varios criterios, de los cuales los principales son:

- ❑ Limitar los intermediarios entre los productores y los compradores.
- ❑ Definir un precio de compra que tenga relación con las condiciones sociales de producción.
- ❑ Financiar de antemano los pedidos con el fin de evitar el endeudamiento de los y las productoras.
- ❑ Establecer una asociación por un largo periodo.
- ❑ Proponer ayuda técnica en cuanto a la calidad de los productos, a la gestión, a la formación, etc.
- ❑ Asegurar el apoyo a la diversificación de la producción, a su transformación y a la ampliación de su mercado.

- ❑ Garantizar un ambiente de trabajo respetuoso del bienestar físico, psicológico y social del productor durante y después del proceso de producción.
- ❑ Motivar la producción sostenible en el plano económico y ecológico.

Siguiendo estos diferentes objetivos, la relación abre un espacio democrático entre los operadores (información, formación, consulta, co-decisión, etc.), lo que convierte al comercio justo fundamentalmente diferente del sistema de competencia habitual.

c. La inter-cooperación: Las empresas de economía social son la prioridad.

“Las cooperativas sirven a sus miembros más efectivamente, y fortalecen el movimiento cooperativo, al trabajar en conjunto a través de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales. “ Sexto principio de la Declaración sobre Identidad Cooperativa, ACI.

La intercooperación, o cooperación entre cooperativas, que constituye el sexto principio cooperativo desde el congreso de la Alianza Cooperativa Internacional en Viena en 1966, tiene una gran importancia tanto para el desarrollo de la dimensión empresarial de las cooperativas, como para su afirmación en los planos social y político. De manera creciente se valoran las relaciones basadas en la confianza y la cooperación entre actores económicos, sociales y políticos, para lograr un contexto favorable al desarrollo económico y social. En un entorno más complejo, dinámico y competitivo, las empresas ven que el logro de sus objetivos se ve favorecido por su participación en alianzas estratégicas y redes de empresas. Los procesos de intercooperación permiten, entre otras cosas, la profesionalización y tecnificación de los cuerpos directivos de las empresas asociadas, y la organización de la comercialización de productos. Asimismo permite acceder y desarrollar nuevos insumos, al participar en procesos de investigación colectiva permanente.

El capital social remite a las ventajas económicas de los comportamientos cooperativos y del respeto de ciertas reglas sociales, enmarcadas por un sistema de valores y por el sentido de pertenencia e identidad que conforman un capital humano colectivo. La identidad cooperativa y la intercooperación constituyen entonces importantes ventajas competitivas y al mismo tiempo contribuciones significativas al desarrollo económico y social.

Los vínculos y agrupamientos entre empresarios, empresarias y empresas son siempre difíciles, incluso cuando son colectivos. Es por esto que se requiere, como punto de partida, de la toma de conciencia colectiva por parte de los cuerpos directivos de cada cooperativa (administración, directivos, técnicos), acerca de la necesidad de adecuarse a las exigencias del mercado actual, sobre todo en los asuntos relacionados con la comercialización, transformación y prestación de servicios. En algunos casos, esta *necesidad* está representada por la sobrevivencia cuando la intensidad de la competencia incrementa el riesgo de desaparición. Para la inter-cooperación también se requiere de *liderazgo, movilización de recursos, y cohesión*, sobre todo cuando el entorno no es favorable.

d. La responsabilidad social cooperativa

Las empresas que nacen bajo los valores de la Economía Social son empresas que buscan una relación armónica y sustentable con las personas con las que trabajan y sus comunidades ya que ponen en un lugar prioritario a las personas por encima de la generación de capital. Es por eso que fomentan el respeto de los derechos laborales de los y las trabajadoras, la proyección a la comunidad y la formación continua de sus socios y empleados.

La mayoría de las empresas de Economía Social tienen una relación directa con el medio en el que trabajan. Muchas de ellas han sido el motor de desarrollo de sus comunidades, generando empleo, construyendo vías y escuelas, entre otras cosas.

Paralelamente este tipo de emprendimientos le da una gran importancia a la formación de sus miembros, y por esto invierten muchos de sus recursos en esta área ya que creen en una relación dinámica entre la producción y reproducción del conocimiento.

e. Responsabilidad ambiental

En las nuevas formas de hacer comercio y de incursionar en el Mercado internacional las empresas de Economía Social han encontrado un importante diferenciador: la Responsabilidad Ambiental.

Este es un tipo de responsabilidad que implica una inversión muy importante en tiempo, innovación y formación. Proteger el ambiente reduciendo los desechos producidos por las empresas o promover emprendimientos como el ecoturismo depende de un largo proceso de concientización e investigación que implica buscar soluciones alternativas a las formas de producción tradicionales.

Muchas de las empresas de Economía Social han hecho esta inversión generando así formas de producción limpias aprovechando de recursos ya existentes.

Es así como cada vez vemos más requerimientos y regulaciones por parte de las empresas de Economía Social que buscan controlar el impacto que las actividades económicas (producción agrícola, turismo, etc.) tienen en nuestro medio ambiente.

Referencias revisadas sobre el tema

Economía Social-Popular en Nicaragua

<http://www.nodo50.org/espanica/ecopop.html>

La Economía Social: El "fin" no es el lucro

<http://www.causapopular.com.ar/article44.html>

Servicio de Información Mesoamericano sobre Agricultura Sostenible

<http://www.simas.org.ni/>

Informatico.com: Economía Social y cooperativismo

<http://www.informa-tico.com/suplemento1/index.htm>

Documentos de reflexión sobre la Economía Solidaria en México:

http://www.vinculando.org/economia_solidaria/

Por una Economía Solidaria

http://www.vinculando.org/economia_solidaria/lopezllera_ecosol.htm

Economía Social según el Gobierno de Canadá:

<http://www.causapopular.com.ar/article44.html>

http://www.wd.gc.ca/ced/se/default_f.asp

Espacio de investigación sobre la Economía Social en Canada

http://www.wd.gc.ca/ced/se/default_f.asp

La internacionalización de la Economía Social en Quebec

<http://www.alternatives.ca/article1836.html>

Ver adjunto en español

Centro Interdisciplinario de Investigación y de Información sobre las empresas colectivas:

<http://www.ciriec.uqam.ca/historia.html>

En Wikipedia: La Eiclopedia libre

http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_social

<http://www.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/pubelectronicas/cayapa/vol5num10/resena2.pdf>

Van Kemenade y Luis Favreau, Nueva Economía Social y Empleo en Québec

José Luis Caraggio, La Economía Social como vía para otro desarrollo.

<http://www.ica.coop/>

http://www.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/pubelectronicas/cayapa/vol3num6/ignacio_alzuru.pdf

http://www.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/pubelectronicas/cayapa/vol3num6/ignacio_alzuru.pdf