

Estrategias para un futuro promisorio

Víctor H. Pinzón Parra



Médico, Pediatra de profesión; cooperativista de convicción y práctica. Fue uno de los 27 médicos fundadores de Coomeva. Hoy dedica buena parte de su tiempo a difundir las virtudes y ventajas del Cooperativismo y a demostrar que es un modelo propicio para alcanzar la paz y mantenerla. Tiene una amplia trayectoria docente, asistencial y administrativa. Su desempeño y liderazgo, tanto en el movimiento cooperativo como en la medicina, le han merecido múltiples reconocimientos a nivel local y nacional.

Comentarios introdutorios UNES*

La conferencia del Dr. Víctor H. Pinzón, Fundador de Coomeva, se hizo en un panel diferente, y sus asistentes fueron los participantes de las dos Mesas de Trabajo del Eje Temático No. 1: Situación actual y futuro del cooperativismo contemporáneo. El enfoque del Dr. Pinzón se concentró en mostrar la importancia de la coherencia del modelo cooperativo y las amenazas que rondan a una organización como Coomeva cuando ésta enfrenta a diario las amenazas de la otra economía, la capitalista que no tiene asociados sino clientes; la que no busca generar excedentes a los asociados sino exprimir utilidades en el mercado.

Es justamente en medio de esta disyuntiva que enfrentan a diario las cooperativas, que el ponente se concentra en abordar tres temas en particular que, en su parecer, deben ser atendidas como prioritarias en Coomeva: la preservación de la identidad cooperativa; el crecimiento y, la familia y la mujer.

Sobre la identidad cooperativa y su preservación, el Dr. Pinzón es claro al afirmar que una cooperativa como la organización que él ayudó a fundar no puede “enlazar clientes” y olvidarse de crear asociados. Es justamente el asociado comprometido con la idea de vida en cooperación y en su cooperativa el factor diferencial que hace fuerte el vínculo y por ende, blinda a la cooperativa de sucumbir ante los embates de doctrinas avasalladoras no acordes con la ayuda mutua y el bien común.

* UNES: Unidad de Estudios Solidarios. Pontificia Universidad Javeriana.

Desde su perspectiva, el “estilo de vida de Coomeva” plantea que se tenga certeza acerca de la importancia de asociarse a una organización que pretende el desarrollo integral de sus dueños, como personas y a su vez, satisfacer sus necesidades y expectativas. Si esto ocurre y el compromiso y empeño del asociado se mantiene, ya no se podrá hablar de “lealtad cooperativa” sino de empoderamiento de cada asociado en su rol de dueño, pues el asociado se compromete a cumplir con sus obligaciones y deberes para exigir derechos, logrando una sinergia cooperativa que es la que a la postre generará desarrollo. “Es, en otras palabras, el cumplimiento del Acuerdo Cooperativo de los unos con los otros”, pero que en términos económicos se traduce en mayor penetración de mercado y desarrollo del mismo, generando una demanda constante de servicios que harán crecer a la entidad y a su vez, lograrán generar mayor valor a los asociados y sus familias.

Como bien lo expone, el Dr. Pinzón sostiene que el interés del asociado en su cooperativa, alimenta el alma de la misma y si esta falta o disminuye, la organización puede colapsar. Para que esto sea una realidad y cada asociado sea un promotor y vendedor de la idea e imagen de ese estilo de vida cooperativo a través de Coomeva, es necesario mantener a la educación como baluarte de la doctrina y la gestión de toda la organización. Si se logra cambiar la actitud individualista del paradigma tradicional hacia una conducta solidaria de interés por los demás y por la comunidad, la cooperativa no sólo logrará mayor coherencia sino que sus productos y servicios no tendrán competencia en el mercado.

Su ponencia termina aportando una idea interesante que si bien es sabida, su insistencia en ratificarlo llama la atención: es justamente esta educación liberadora y libertadora, que va más allá de las aulas de clase o los espacios virtuales, la que debe propiciar una mayor participación en la vida y gestión de la organización por parte de todos los asociados y en concreto, de sus asociadas. En este sentido, el llamado de este autor es a que haya más mujeres en la vida y el quehacer diario de Coomeva, logrando mejores niveles de apropiación y empoderamiento “con” y “de su” cooperativa, a través de proyectos educativos acordes a este nuevo milenio, el milenio de las mujeres.

Conferencia

“La cooperación, ahora, es sencillamente un acto de sensatez. No es un capricho. No es una teoría bonita. No es una estrategia más o menos lúcida para engañar a los pueblos. No; es la alternativa que le queda a un mundo convulsionado y desorientado si aspira a sobrevivir”.

Francisco de Paula Jaramillo.

A casi 50 años de la creación de Coomeva es buena la oportunidad para expresar algunas ideas acerca de la Cooperativa en este Primer Congreso Ideológico, pues constituye un escenario ideal para que dirigentes y asociados expongan sus ideas sobre el futuro de la institución. Por eso, más que al pasado, nos referimos a tres factores estratégicos estrechamente relacionados entre sí, que considero fundamentales para la permanencia de Coomeva en el tiempo.

1. La preservación de la identidad cooperativa.
2. El crecimiento.
3. La familia y la mujer.

1. La preservación de la identidad cooperativa

La supervivencia de Coomeva como entidad cooperativa depende de la preservación y del fortalecimiento permanente de la identidad cooperativa; por eso debe considerarse como el factor de más alta prioridad.

En la creación de una institución hay siempre un móvil determinante que puede ser el lucro, el servicio, la filantropía, etcétera, teniendo en cuenta el objeto de la entidad que se pretende crear. El móvil determinante para la creación de Coomeva fue y debe seguir siendo el servicio, para llevarlo a cabo a través de una entidad cooperativa basada en los principios universales del cooperativismo, promulgados por la Alianza Cooperativa Internacional, ACI. Es necesario, entonces, conocer la definición que este organismo de integración da a la entidad denominada cooperativa:

“Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática.”

Esta entidad así definida, se fundamenta en unos principios y éstos a su vez en unos valores, para desarrollar el objeto para el cual fue creada y con cuya práctica se identifican quienes se adhieren a ella.

Principios cooperativos (ACI, 1995)

- Adhesión voluntaria y abierta
- Administración y control democráticos.

- Participación económica de los asociados.
- Autonomía e independencia.
- Educación, capacitación e información.
- Cooperación entre cooperativas.
- Interés por la comunidad y el medio ambiente.

“...estos principios no han sido reunidos arbitrariamente o por casualidad. Forman un sistema y son inseparables. Se apoyan y refuerzan unos con otros. Pueden y deben ser observados íntegramente por todas las cooperativas, cualesquiera que sean sus objetivos y áreas de operación, si es que pretenden pertenecer al Movimiento Cooperativo”. ACI.

Valores

Según el texto de la ACI, los valores se enuncian así:

“Las cooperativas están basadas en los valores de la autoayuda, la responsabilidad por sí mismas, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores, los socios cooperativos hacen suyos los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y el cuidado de los demás”.

Estos principios y valores que constituyen el fundamento de la ideología cooperativa, deben analizarse a fondo para entender la esencia de este sistema. No basta colgarlos en la pared o simplemente leerlos. Hay que analizarlos, entenderlos, interiorizarlos y luego llevarlos a la práctica. Solo así se entenderá la diferencia de una empresa cooperativa sin ánimo de lucro y una empresa capitalista lucrativa.

Acuerdo cooperativo

Adicionalmente, es muy importante considerar el acuerdo cooperativo, tal como se define en la legislación cooperativa colombiana -Ley 79 de 1988-, Artículo 3:

“Es acuerdo cooperativo el contrato que se celebra por un número determinado de personas, con el objetivo de crear y organizar una persona jurídica de derecho privado denominado cooperativa, cuyas actividades deben cumplirse con fines de interés social y sin ánimo de lucro. Toda actividad económica, social o cultural puede organizarse con base en el acuerdo cooperativo”.

Es así como Coomeva, entidad cooperativa, está conformada por dos elementos: por una parte el asociativo -la Cooperativa como reunión de mujeres y hombres libres para la satisfacción en común de necesidades y expectativas como sujetos y actores- y por otra parte la empresa,

para administrar democráticamente por ellos mismos, su misión y gestión. Ambos elementos están estratégicamente integrados y son inseparables para un objetivo común: el bienestar de sus miembros.

Como empresa, la administración debe andar siempre en la búsqueda de la excelencia para la prestación de los servicios a los asociados. Es decir, la eficacia, la eficiencia, la efectividad en la utilización de los recursos humanos y económicos que le aportan los asociados en un acuerdo cooperativo recíproco y solidario —entre el asociado y la cooperativa— y demás asociados, para que se les preste servicios oportunos de óptima calidad a precios justos. Además, deben facilitarse oportunidades para que se formen como personas con mentalidad solidaria, competentes y emprendedoras; capaces de lograr, con el esfuerzo propio y el de los demás, es decir, con la autoayuda y la mutualidad, su bienestar personal como resultado del bienestar colectivo.

Esta característica de las cooperativas y de Coomeva como tal, que les da su actuar bajo las normas originadas en los principios y valores que rigen el sistema cooperativo, constituye su propia identidad, su norte, su guía, para no perder el camino y desaparecer. Mantener la ruta con absoluta transparencia debe ser preocupación y función permanentes de la dirigencia y de la administración bajo estricta supervisión de los órganos de control. De aquí surge la obligación para quienes ocupen posiciones en estos estamentos de dirección, administración y control, de conocer a fondo, además de los aspectos técnico administrativos requeridos, los fundamentos y normas que rigen el sistema cooperativo.

“Existe entre los cooperativistas de nuestros días una tendencia a evitar la teoría y la ideología y en su lugar, ir adelante con los negocios. Es ésta una actitud equivocada, pues una organización o institución cualesquiera que ella sea, se constituye, ante todo, con las ideas o los conceptos en los cuales cree la gente y que está dispuesta a defender. De este modo, en las cooperativas debemos ver y entender aquellas ideas básicas sobre las cuales descansan, ya que es precisamente de esas ideas de donde toman su orientación”. (Las Cooperativas en el año 2000).

Si este conocimiento de la esencia del cooperativismo es fundamental para dirigentes y colaboradores ¡qué decir de los asociados! Por eso es un grave error asociar personas a una cooperativa sin que previamente conozcan y entiendan cuáles son los fundamentos de la doctrina cooperativa, si se identifican o no con ellos, cuál es la misión y los objetivos de la cooperativa a la que pretende ingresar y sus derechos y deberes como asociados. No

hacerlo, o apenas dar una ligera o confusa instrucción, denota un propósito más comercial que cooperativo. Crea brechas, rupturas y conflictos y es causa frecuente de incumplimiento de sus deberes, inactividad y deserción.

Esto hace que no se pueda pedir un esfuerzo o es mal recibido cuando es necesario, ni se logre capacidad de entrega o de participación de asociados cuando sólo son clientes... transeúntes. Si el asociado no es el actor de su propio proyecto cooperativo y sólo es escasamente espectador, por una pobre o ninguna inducción en cooperativismo no será protagonista sino un mal acompañante; un elemento adjetivo de la cooperativa y como tal, indiferente a su buena o mala suerte, pues no se adquiere ningún sentido de identidad y pertenencia. Bien decía Goethe: “Uno no posee lo que no comprende”.

El propósito no debe ser “enlazar clientes”, sino vincular asociados comprometidos con la idea y con la Cooperativa. Así tendrán claridad sobre la importancia de asociarse a una entidad que les permita su desarrollo integral como personas y satisfacer sus necesidades y expectativas conjuntamente con los demás. El compromiso y empeño del asociado es vital. La lealtad cooperativa significa que el asociado debe encauzar todo y cumplir con sus obligaciones pactadas a través de ella. Es, en otras palabras, el cumplimiento del acuerdo cooperativo de los unos con los otros. Si no hay lealtad, o la hay a medias, el acuerdo no existe; es una farsa. El asociado es un mero cliente y la cooperativa una caricatura, pues una entidad no es cooperativa solamente porque se le llame cooperativa. El interés del asociado es el alma de una cooperativa y cuando falta o disminuye, la organización decae, lo que se refleja en la no participación y en la no utilización de los servicios. Pero el asociado de todas maneras busca estos servicios en otra entidad, generalmente lucrativa.

Educación: regla de oro del cooperativismo

No en vano se ha considerado la educación como la regla de oro del sistema, pues su ilustración doctrinaria y aplicación será la que logre un cambio en el mundo, cambiando primero nuestra actitud individualista por otra solidaria de interés por los demás y por la comunidad.

“Todas las cooperativas deben tomar providencias para la educación de sus miembros, empleados, dirigentes y público general, en los principios y técnicas, tanto económicos como democráticos de la cooperación”. (ACI).

La aspiración educativa es tan antigua como la propia

doctrina cooperativa. La negligencia educativa afecta al cooperativismo doblemente: porque significa que carece de proyecto de futuro y simultáneamente de diferenciación ideológica. Juega al juego que le marcan los otros sectores de la economía, sean públicos o privados, sin mostrar su potencial como alternativa, ni su función social presente y hacia el futuro.

Cuando hacemos énfasis en la educación cooperativa no nos referimos únicamente al aspecto doctrinario, como generalmente se cree. Es una instrucción integral que comprende también el aspecto económico de la empresa, ya que las cooperativas tienen objetivos tanto sociales como económicos y son básicamente empresas económicas y como tales deben tener éxito para perdurar. Tal vez no sea posible que tenga alguna repercusión social la cooperativa que fracasa en los aspectos económicos.

“Si bien lo social y lo económico son las dos caras de la moneda, dice Laidlow, la viabilidad económica y la solidez empresarial deben tener prioridad especialmente en los países del Tercer Mundo donde las cooperativas están en la obligación de aportar soluciones económicas al pueblo necesitado”.

No es fácil mantener ese equilibrio entre los objetivos económicos y los propósitos sociales por lo que con frecuencia se encuentra que en una cooperativa los asociados y los dirigentes se dividen en dos grupos: unos, reclamando mayores resultados estrictamente económicos, y otros, pidiendo especialmente beneficios sociales. Está demostrado que a corto plazo ambos extremos conducen al fracaso de las cooperativas.

Por eso se dice que un asociado con formación cooperativa, satisfecho y comprometido con la institución, se constituye en el mejor agente promotor de esta concepción solidaria que tanto deseamos y necesitamos difundir en la sociedad.

Es muy elocuente y conocida en la literatura cooperativa la afirmación de uno de los más notables dirigentes del cooperativismo sueco:

“Si tuviera la ocasión de comenzar de nuevo nuestro movimiento y si nos diesen a elegir entre dos posibilidades: volver a empezar sin capital pero con socios y personal instruidos, o bien, al contrario, con grandes capitales y socios no informados, nuestra experiencia nos aconsejaría optar por la primera fórmula”.

Podríamos decir entonces que la base y los cimientos de una cooperativa están en la educación cooperativa. Por eso consideramos que no se puede fallar desde la mis-

ma base y desde los cimientos; es decir, en el ingreso de asociados sin una previa inducción doctrinaria y conocimiento de la Cooperativa. Creemos con absoluta certeza que para la vinculación de nuevos asociados se requiere una estructura muy sólida en esa área, conformada por un grupo de personas de buen nivel académico, carisma, capacidad docente, amplios conocimientos y sincera convicción de la doctrina cooperativa y de la economía solidaria en general; permanente actualización y remuneración salarial adecuada.

Su función exclusiva sería impartir los cursos de inducción y de actualización a los asociados, dirigentes y colaboradores y dirigir grupos de discusión o círculos de estudio. Es muy importante que la inducción se haga por medio del contacto personal entre el instructor y el aspirante, que permita establecer un diálogo franco para explicar y aclarar dudas, crear empatía y confianza. Los medios virtuales deben usarse, entre otras cosas, para actualizar y mantener informados a los asociados sobre asuntos relacionados con la marcha de la Cooperativa y el movimiento cooperativo en general.

Es bueno recordar que fue Coomeva la primera cooperativa en Colombia que estableció, como norma obligatoria, la inducción Cooperativa antes del ingreso como asociado. Hoy es una disposición legal de obligatorio cumplimiento.

Surge entonces un interrogante: ¿Todo este proceso de ilustración y formación cooperativa se hace para obtener un crédito o un servicio más barato? No. Esa no es la cooperativa. Además las cooperativas no están obligadas a prestar servicios o productos más baratos, pero sí de excelente calidad, oportunidad y precios justos. La cooperativa radica en sus principios y valores y en la búsqueda de un cambio social para un mundo más justo, solidario y equitativo.

“La cooperación, ahora, es sencillamente un acto de sensatez. No es un capricho. No es una teoría bonita. No es una estrategia más o menos lúcida para engañar a los pueblos. No; es la alternativa que le queda a un mundo convulsionado y desorientado si aspira a sobrevivir”. Francisco de Paula Jaramillo.

El anterior pensamiento adquiere toda su vigencia hoy cuando vemos la crisis social y económica en Europa y aún en Estados Unidos. Por fortuna algunos países como Alemania, Francia, Italia, Suecia, entre otros, están impulsando nuevamente esa fortaleza del desarrollo cooperativo, que vivieron durante muchos años.

Insistimos nuevamente en que la falta de conocimiento y compromiso de los asociados, colaboradores y dirigentes con la doctrina cooperativa, conduciría a una crisis ideológica y la cooperativa se adaptaría a las costumbres dominantes del medio económico con propósitos lucrativos. Surgiría la pregunta: ¿Si Coomeva es una empresa como cualquiera, para qué es o por qué se le llama cooperativa? La pregunta, como la respuesta, guardan relación directa con la ética y es una alarma permanente que no puede pasar desapercibida, puesto que de la preservación y del fortalecimiento de la identidad cooperativa en Coomeva dependen, sin duda alguna, su futuro y ésta es tarea ineludible que le corresponde a los dirigentes con la participación de todos: asociados y colaboradores.

Creemos firmemente en que la mayor aspiración y propósito del Consejo de Administración de Coomeva debiera ser que a la Cooperativa se le busque para asociarse y no que sea ella, la Cooperativa, quien ande en el rebusque de potenciales asociados. Para eso se requiere la excelencia en la calidad de los servicios y una fuerte y ejemplar identidad y práctica de los principios y valores cooperativos en su diario actuar, de tal manera que se la distinga en todos los sectores de la sociedad, como una sólida y auténtica empresa cooperativa.

2. Crecimiento de Coomeva

Otro factor estratégico importante es el crecimiento de Coomeva. Con frecuencia se escuchan comentarios acerca del crecimiento de Coomeva y hay quienes piensan que no debe crecer más, argumentando que se desmejora la prestación de los servicios o que se convierte en una entidad capitalista por desvirtuarse su esencia cooperativa. Como hemos explicado anteriormente en el primer factor estratégico, ello depende de otros elementos y no debiera ocurrir por su crecimiento, menos aun disponiendo de capacidad tecnológica y administrativa. Además, en un escenario de no crecimiento también podría suceder que por falta de interés y responsabilidad de la dirigencia y de la administración, que se desmejoren los servicios o se desvirtúe su esencia cooperativa.

Siempre hemos considerado que Coomeva debe mantenerse en crecimiento permanente, acompañado este crecimiento, naturalmente, de un desarrollo administrativo que obedezca a una cuidadosa planeación que permita mejorar día a día la calidad de los servicios. El crecimiento no debe entenderse simplemente para mostrar grandes cifras en activos, volumen de operaciones, utilidades, etétera, para competir con informes de empresas capita-

listas publicados en revistas, como vemos con frecuencia que consideran la fortaleza de las empresas, medida únicamente por el volumen del capital y las utilidades pero sin un análisis de su balance social, como sí ocurre en las entidades del sector solidario sin ánimo de lucro.

La fortaleza de una Cooperativa, “grande” o “pequeña”, se mide primordialmente por la forma cualitativa y cuantitativa como son satisfechas las necesidades y expectativas de sus asociados y se complementa con las cifras económicas de resultados. Por eso es tan importante lo que podríamos llamar el balance cooperativo, compuesto por el balance económico de la empresa económica y el balance social de la asociación de personas, ambos constituyentes inseparables de la Cooperativa.

Coomeva debe mantenerse en constante crecimiento por razones de orden técnico empresarial y social. De orden técnico debe tenerse en cuenta, entre otros factores, que desde su inicio la Cooperativa ha tenido vocación de prestar servicios relacionados con la seguridad social tales como salud, seguros y solidaridad y que por razones actuariales requieren el ingreso permanente de nuevos asociados de menor edad al promedio para impedir un crecimiento excesivo de dicho promedio. Si no es así, los servicios podrían volverse insostenibles o sufrir un incremento muy considerable de las cuotas que aportan los asociados, es decir, una desmejora en tan necesarios servicios para el asociado y su familia.

También es importante el incremento permanente del ahorro originado por un mayor número de asociados. El ahorro es fuente de riqueza de las personas y de los países en cualquier parte del mundo. Coomeva debe estimularlo individualmente e incrementando el número de asociados, pues es la forma de capitalización social y democrática a través de la Cooperativa fortaleciendo, a su vez, su capital de trabajo en beneficio de todos los asociados.

De orden social, recordemos que cuando se amplió hace varios años el vínculo de asociación y el radio de acción de la Cooperativa, se tuvo y debe ser realidad un propósito muy bien definido y sustentado: ofrecerle a los profesionales del país la posibilidad de hacer parte de la Cooperativa como asociados. Esta reforma estatutaria, que ha de cumplirse con la mayor eficiencia y efectividad, le otorga a la Cooperativa un potencial extraordinario de crecimiento y además permite la integración de los profesionales del país en una entidad que facilita el desarrollo y bienestar de un sector tan importante en la sociedad. Con el incremento de asociados, dispersos en todo el país, también se ampliaría la posibilidad para que Coomeva se proyecte a la comunidad irradiando cada día más la idea cooperativa con el ejemplo de una entidad sólida que así contribuye al desarrollo nacional.

meva se proyecte a la comunidad irradiando cada día más la idea cooperativa con el ejemplo de una entidad sólida que así contribuye al desarrollo nacional.

Sin embargo, al fortalecerse Coomeva como Grupo Empresarial en constante crecimiento, la cooperativa matriz requiere particular atención en este propósito de crecimiento, pues al crecer sus empresas y ésta no lo hace al mismo ritmo o mayor, se crearía un fenómeno que podríamos llamar “microcefalia”, con tendencia a la desaparición de la Cooperativa como tal, madre y cabeza del grupo. Es decir, la Cooperativa sería “absorbida” por sus empresas comerciales, si no en la realidad por lo menos en imagen. Este tema es de vital importancia y requiere explicación especial y permanente para evitar confusión en los asociados y en la comunidad, que no ven claro por qué una cooperativa como Coomeva tiene en su interior empresas de carácter lucrativo. Lo cual es posible, legal y cooperativamente, siempre y cuando se cumpla el propósito fundamental de beneficiar a los asociados y a la comunidad y se preserve la identidad cooperativa, siendo además un modelo novedoso que beneficiará el desarrollo del movimiento cooperativo, en la medida en que otras cooperativas lo adopten con todo el rigor que se requiere para su efectividad. No obstante, por eso mismo, es necesario explicarlo ampliamente a los asociados y a la comunidad.

Éste es un motivo más y de la mayor importancia para fortalecer su identidad cooperativa, además de incrementar el número de asociados y los servicios que realmente demanden, tienen que ser de muy alta calidad y oportunidad. También debe irradiar su imagen cooperativa a través de la participación activa en la sociedad y en el sector solidario. La información y la publicidad deben mantener la esencia y símbolos característicos propios del cooperativismo, sin copiar o imitar los métodos de publicidad de la empresa capitalista.

“No cabe duda de que la imagen equivocada o deformada de las cooperativas es un obstáculo para el crecimiento y el progreso y por tanto corresponde a los dirigentes proyectar una imagen del movimiento que sea auténtica y coherente con sus objetivos”. (Laidlow. Las Cooperativas en el año 2000).

La fortaleza del crecimiento crea actitudes positivas y es por eso que, teniendo en cuenta el potencial de asociados, el extraordinario dinamismo que ha desarrollado el Grupo en los últimos años, la creación de nuevas empresas como Corredores de Seguros y Bancoomeva, de propiedad cooperativa, la puesta en marcha del Plan Estratégico de Desarrollo, el compromiso del Consejo de Administración y la administración, nos llenan de optimis-

mo para pensar en la enorme incidencia que va a tener el Grupo Empresarial Coomeva en un futuro cercano, en la vida política, económica y social del país. Hoy estamos seguros de que así será, siempre y cuando se preserve y fortalezca día a día la identidad cooperativa.

Ante este desarrollo de Coomeva parece muy pertinente citar una de las conclusiones a que llegan los autores del texto “Las Cooperativas en el año 2000”:

“Aquellas cooperativas que no se contenten con ser económicamente eficientes, si no que se esfuerzan por influir socialmente, serán las más atractivas en los nuevos tiempos”. (Reflexiones para el futuro. Las Cooperativas en el año 2000).

3. La familia y la mujer

Otro factor estratégico que Coomeva debe considerar como una realidad para el fortalecimiento de su futuro es una estrecha relación de la Cooperativa con el hogar del asociado y la participación activa de la mujer en su dirección.

Recordemos que la familia es una pequeña cooperativa donde predominan los valores morales, éticos y solidarios. Esa pequeña cooperativa constituye el núcleo cooperativo, motor de desarrollo de Coomeva. El asociado nunca debe pensar que la Cooperativa sólo le sirve a él individualmente, sin considerar que el objetivo es la familia y el bienestar de todos sus miembros.

Podríamos decir, sin vacilar, que Coomeva debe entrar al hogar del asociado y viceversa, el hogar del asociado debe entrar a Coomeva. Esta sería la manera de cumplir la misión del cooperativismo y la de Coomeva en particular. Para hacer realidad y no dejar como idea este propósito de estrechar la integración Coomeva-familia, es necesario estructurar programas con tal fin como serían, entre otros:

- Un conocimiento a fondo de la familia, de sus necesidades y de sus expectativas.
- La vinculación de todos los miembros de la familia del asociado en capacidad de asociarse, ya que es la forma más adecuada de conocer a la Cooperativa y de multiplicar para el hogar los beneficios que individualmente les ofrece. Para Coomeva, un potencial de fortalecimiento y crecimiento.
- Fallecimiento de asociados. En el 2011 murieron en el país 339 asociados y si acaso sabemos la causa, no sa-

bemos en qué condiciones han quedado sus familias. Y no se trata de llevar a cabo actos de beneficencia pero sí de solidaridad, colaborando, como Grupo a la posible solución de problemas que para la familia aislada sería muy difícil, si no imposible, resolver.

- Coomeva Vida en Plenitud. Si tenemos en cuenta el efecto que causa el extraordinario incremento de la expectativa de vida de las personas en el mundo y en Colombia, Coomeva no está exenta de ese impacto con sus asociados. No cabe duda de que el programa Coomeva Vida en Plenitud, que ha merecido tantos elogios por su concepción que lo caracteriza y por los resultados obtenidos, merece reforzarse económica y administrativamente, para lograr mayor cobertura. Actualmente se cuenta con 22.100 asociados mayores de 60 años en la Cooperativa. En el 2010 recibieron el botón de perseverancia 1.597 asociados y en el año 2011, 1.830. Cifras que nos permiten ver el gran incremento de asociados adultos mayores en los próximos años. Es importante recordar que un objetivo que inspiró la idea de crear a Coomeva fue la situación de los asociados a la edad de retiro. Ojalá se continúe con el propósito de que la ACI recomiende este modelo de Coomeva para el adulto mayor, para que lo adopten sus cooperativas afiliadas. Además de ser una necesidad, el cooperativismo es el sistema más adecuado para desarrollar programas de esta naturaleza. Sería un aporte muy importante de Coomeva al movimiento cooperativo.

La mujer

La mujer asociada desempeña una labor fundamental en este proceso de integración de Coomeva con el hogar. Son ellas, las mujeres, quienes conocen como nadie el hogar, con todos sus problemas y sueños, y Coomeva no puede excluirse para ayudar a resolverlos y hacerlos realidad.

La cooperativa fue quizá la primera entidad social y económica que abiertamente condenó la discriminación por motivos de género. Sorprende encontrar en los Estatutos de los Pioneros de Rochdale, que se establecía: “El término persona abarca a las del sexo masculino igual que el femenino”.

Las mujeres en Coomeva tienen que ser mucho más participativas en su dirigencia, no simplemente por una repartición de cuotas, como consecuencia de esa mayoría numérica que representan como asociadas, sino por su gran capacidad para dirigir una organización eminentemente humanista como es la Cooperativa, por sus principios y valores, superando en mucho al hombre, pues

ella se caracteriza por su sentido natural de solidaridad, equidad y justicia social. Pero hay algo más: a todos estos atributos morales se agrega hoy su magnífica capacitación profesional en todos los campos del saber y del desarrollo de un país: economía, administración, salud, derecho, educación, etcétera.

Coomeva está obligada a enarbolar muy en alto la bandera de la igualdad de derechos de la mujer; de no más violencia contra ellas. Y está obligada porque es función del cooperativismo y es una responsabilidad social de Coomeva, que hoy por fortuna ostenta por intermedio de nuestra Presidenta la Dra. Maria Eugenia Pérez Zea, el honroso cargo de presidir el Comité Mundial de Equidad de Género en la Alianza Cooperativa Internacional, ACI. Este honor no debe ser simplemente simbólico, o muy bien merecido por sus magníficas capacidades personales. Es una gran oportunidad para mostrarle a la sociedad y al cooperativismo del mundo que Coomeva se preocupa por este grave problema social. Mostrar que por sus actos contra la violencia y la discriminación a la mujer, se hace merecedora de tan honrosa distinción. Promover, por ejemplo, entre otras actividades, campañas de concientización sobre este tema entre sus asociados, el cooperativismo regional y nacional y entre la sociedad en general, utilizando para ello consistentemente sus propios medios de comunicación, reuniones, entre otras actividades. Y muy importante será liderar alianzas con entidades públicas y privadas que tengan el mismo interés.

No se concibe y no hay excusa para ello, que el Cooperativismo, humanista por naturaleza, no haga algo mucho más significativo y eficaz en todo el mundo, ante las aterradoras cifras de violencia contra la mujer, que comienza a ser víctima de este flagelo desde su niñez.

Recordemos que en Coomeva el 56% de sus asociados son mujeres.

¡Qué distinto sería hoy el mundo si el hombre, egoísta y violento por instinto, no las hubiera mantenido en el ostracismo durante tantos siglos! Pero por fortuna hay cada vez mayor aparición de las mujeres en la escena política, social y económica, por lo que están destinadas a cambiar el orden actual de los valores en la sociedad. Ellas saben perfectamente que es necesario tomar al hombre de la mano y recorrer este camino con ellos. Se trata de que juntos encontremos un mundo más amable y justo, pues las mujeres defienden la igualdad porque saben que no puede haber respeto ni amor sin igualdad y sin diferencias.

Los hombres debemos comenzar a entender que el futuro del mundo, como el de las instituciones, depende de la participación activa de las mujeres en su dirección y manejo.

Coomeva es su gran oportunidad de participar activamente y demostrarlo.

¡Cuánto bien le harían!

Bibliografía

- Laidlaw A.F. Las Cooperativas en el año 2000. Ediciones Coocentros, Bogotá, 1981.
Giraldo Neira, Octavio. Identidad, Valores y Principios Cooperativos. Impreso en Digiprint Editores E.U, 1998.
Rosembuj, Tulio. La Empresa Cooperativa. Ediciones CEAC, Barcelona España.