

COOPERATIVAS NO AGROPECUARIAS

DEL DICHO AL HECHO DE LA ECONOMÍA

■ Por Liena María Nieves Portal ■ Fotos: Ramón Barreras

—En las cooperativas no agropecuarias ya se evidencian los primeros resultados. Por supuesto, los desafíos a enfrentar no son pocos ni fáciles, aunque el cumplimiento de planes y la obtención de beneficios comienzan a percibirse paulatinamente. Dos de las CNA gastronómicas que funcionan en Villa Clara coinciden en que la evidente ventaja de esta nueva modalidad radica en la autogestión y la prestación de servicios que, a la vez de priorizar la satisfacción del cliente, facturan mayores ingresos para los socios.

Si fuésemos a elegir entre los tantos responsables por décadas de improductividad e ineficiencia en una porción importante de las entidades económicas, la inercia y el conformismo deberían ocupar puestos privilegiados. Sin embargo, hoy los aires batien con renovadas expectativas y la proa apunta a horizontes más gratificantes para el esfuerzo del trabajador.

De acuerdo con un reciente informe publicado por la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI), desde el 2013 y hasta la fecha entraron en funcionamiento, a nivel nacional, 314 cooperativas no agropecuarias (CNA). Aunque la tendencia actual muestra una mayor actividad en la región occidental, en el resto de las provincias despunta un marcado interés por este modelo económico, dada la evidente ventaja que representan la autogestión y la prestación de servicios que, a la vez de priorizar la satisfacción del cliente, facturan mayores ingresos para los socios.

No obstante, más allá de traspies de principiantes y malezas en materia de contratos y descuentos, la experiencia acumulada hasta la fecha en Villa Clara devela que los desafíos no son pocos ni fáciles. De las siete cooperativas no agropecuarias existentes en el territorio, tres se especializan en el sector de la Gastronomía, aunque de acuerdo con las indicaciones del Consejo de Administración Provincial, entre el 2015 y el 2016 deberán reconvertirse al modelo de gestión no estatal otros 625 centros de diverso perfil.

La noticia estremeció a muchos, pues la práctica diaria indica que Liborio es el que debe domesticar el bolsillo con tal de sobrellevar el cuentapropismo y sus precios, aunque en este momento la percepción es otra aun cuando se mantienen preocupaciones obvias.

Sin embargo, los organismos rectores deberían reevaluar algunas incoherencias que todavía lastran el rendimiento de las CNA, porque el futuro apuesta por la heterogeneidad y el cambio en materia económica.

¿LA MISMA PIEDRA CON OTRO COLLAR?

En una de las esquinas más concurridas de la calle Cuba, muy cerca del Hospital Provincial Celestino Hernández Robau y del Centro Ernesto Guevara, reabrió sus puertas desde el pasado 4 de febrero la CNA Cafetería El Aborígen, otrora hambrienta de calidad y variedad en sus ofertas, aunque esa situación se ha podido revertir en cuestión de meses. Su presidente, José Manuel Hernández Guardado, define a su colectivo de diez socios como el «rompehielos» de esta forma de gestión económica, dado que inauguraron la primera cooperativa gastronómica de la provincia.

«Lo que antes nos suministraba una sola entidad, hoy lo obtenemos a través de 24 contratos con distintos organismos. Por supuesto, la Empresa de Gastronomía Popular, de la cual partimos, se mantiene como la principal abastecedora de productos cármicos, embutidos y dulces, ya que nos preocupa, sobre todo, elevar la aptitud del servicio y la protección al consumidor. A eso se suman los convenios con productores particulares que nos facilitan la galleta y el dulce de mani».

«Esta gran variedad resulta determinante en cuanto a la aceptación pública, pues el cliente se siente beneficiado, e intentamos, asimismo, ampliar las producciones propias, vitales hoy por hoy para abaratar costos e incrementar las ganancias. Por otra parte, los estándares de higiene del local, la excelencia en la atención y el sentido de pertenencia, han contribuido de manera sustancial al aumento de los ingresos, que antes de la cooperativa oscilaban entre 3000 y 4000 pesos



Una de las limitantes de la CNA Cafetería El Aborígen reside en la carencia de un transporte propio, que pagará la propia cooperativa, para efectuar el traslado de las mercancías. La solicitud ya se elevó al Consejo de Administración Provincial, dado que resulta muy engorroso depender de coches o motonetas de alquiler que no garantizan estabilidad en el servicio.



El colectivo de socios del restaurante La Concha asegura que sin el apoyo del grupo empresarial Palmares y el MINTUR en el territorio, habría sido más compleja la adquisición de algunos productos y el establecimiento de contratos con otras entidades, dado que aún se carece de un mercado mayorista que garantice un abastecimiento permanente de las mercancías.

diarios, y actualmente ya duplicamos y triplicamos esa cifra; incluso, en días de mucho movimiento hemos vendido más de 10 000 pesos».

—Usted explicaba que en las producciones propias radica una de las grandes fortalezas de la cooperativa, ya que los alimentos listos para el consumo implican más gastos. ¿Por qué en «El Aborígen» no se potencia más esa alternativa?

—La posibilidad de autogestionar los contratos constituye la mayor ventaja de las CNA, pues hacemos la compra directa, y ello facilita también que podamos seleccionar el producto antes de adquirirlo. Hasta ahí todo bien, el problema comienza a la hora de convenir los precios.

«Según nos explicaron varios representantes de la Contraloría General de la República de Cuba, que recientemente estuvieron verificándonos, el Ministerio de Finanzas y Precios determinó una rebaja del 20 % del precio de los productos; sin embargo, otros insumos solo reciben un 15,8 %, según lo aplicado por el Ministerio de Comercio».

—¿Algún ejemplo?

—Solo por concepto de aprovisionamiento desembolsamos el grueso de las ganancias de la cooperativa, pues adquirimos el litro de aceite en 40 pesos, el kilogramo de queso en 54 pesos y el de levadura, en 48 pesos.

«En el comercio mayorista el kilogramo de harina de trigo se valora en 0,482 centavos, mientras que a la cooperativa se lo venden a 12,50 pesos, y eso para no ahondar en otros productos. Es demasado, y aunque intentamos abaratar los costos y elaborar autónomamente, la cuenta a veces no da: a la carestía de la materia prima se suma el pago del 10 % de la venta, y si subimos los precios, el único afectado es el pueblo».

La evidente dicotomía alrededor del descuento comercial nos llevó

hasta las oficinas de la Dirección Provincial de Finanzas y Precios, donde se convocó a un encuentro con los funcionarios que podrían arrojar luz sobre un asunto tan espinoso como apremiante. En diálogo con Eduardo Marín Ibarra, especialista de Precios del Grupo Empresarial de Comercio y Gastronomía, pudimos dilucidar el porqué de las dudas e interpretaciones erróneas.

«El Resolvo decimonoveno de la Resolución 427/2012, establece que «el Órgano, organismo o entidad responsable en la creación de la cooperativa [...] define lo que corresponda en materia de precios para los productos específicos, medios, útiles y herramientas que se venderán o arrendarán a cada cooperativa, previa consulta con el Ministerio de Finanzas y Precios (MFP)». Precisamente eso hizo el MINCIN en la provincia, pues se elaboró un informe que fue valorado por el MFP, y del que, tras su aprobación, surgió el «Procedimiento para la formación de los precios para efectuar la venta a las cooperativas no agropecuarias».

«Dicho documento determina, esencialmente, que para los productos suministrados a las CNA, y que a la vez se expenden en el mercado minorista, se aplicará el precio minorista menos un descuento del 20 %. Los productos listos para la venta, o sea, los de la Cadena Ideal, reciben una rebaja del 15,8 %, con excepciones como el ron, pues de incrementar esa facilidad provocarían pérdidas para el MINCIN, mientras que los insumos empleados en la elaboración de alimentos son los que cuentan con el 20 % de rebaja».

«No obstante, reconocemos que ello no ha funcionado de la forma en que se concibió, porque el desconocimiento de las empresas constituye una seria traba a la hora de ejecutar los contratos, y muchas aún no le aplican esa ventaja al cooperativista».

Marisol Rodríguez Correa, especialista de la Dirección Provincial de

Finanzas y Precios, considera que el descuento máximo aprobado no compensa todavía las necesidades de las CNA de la Gastronomía.

«Los nuevos cooperativistas y los que están por surgir, deben conocer que tanto el modelo como las resoluciones son totalmente perfectibles y se encuentran en fase de experimento. Los ministerios y organismos rectores les están prestando mucha atención a los reclamos que se hacen en este sentido, y la máxima dirección del país reconoce que si la productividad aumentara, las CNA podrían negociar con otras formas económicas, como el sector campesino, para fijar y negociar los precios de venta».

«No obstante, aunque en un futuro cercano se modifiquen legislaciones, las CNA tendrán que idear sus propias variantes para abaratar los costos, obtener más utilidades y respetar el bienestar del pueblo. Sabemos que pueden surgir muchas interrogantes respecto a este y otros temas, como puede ser el del arrendamiento, por lo que pueden acudir a nuestra sede en busca de orientación».

De antemano conocíamos que para la CNA La Concha, de Santa Clara, la renta del espacio sí constituye un genuino dolor de cabeza. El desembolso mensual de 4250 CUC por este concepto, en el cual se incluye el alquiler de equipos indispensables para el funcionamiento de un restaurant e con amplia gama de ofertas, despunta entre las inconformidades de sus diez socios.

Félix González Marrero, administrador de dicha cooperativa, manifiesta que aun cuando el colectivo se muestra muy satisfecho con el trabajo y redobla esfuerzos para multiplicar el rendimiento y los beneficios, los impuestos, las cuentas por pagar y el alquiler integran una triada que amenaza con zamparse las utilidades.

«Si comparamos los resultados actuales con los de igual período del 2013, ostentamos un incremento del 41,53 % de las ventas, y la cooperativa ha logrado abaratar hasta un 35 % de los costos de algunas mercancías, gracias a estrategias internas como la sustitución del azúcar y la sal por los que venden en los mercados Ideal. Lo mismo aplica al huevo, el puré de tomate, el queso, el arroz o los implementos y sustancias químicas de la limpieza, que adquirimos en las tiendas de productos industriales».

«Nuestra premisa es que no decaiga la calidad y que el bolsillo del pueblo no sufra por culpa de tales incongruencias».

«Es cierto que también contamos con algunos beneficios como los tres meses de gracia que concede la ONAT, y ya hoy logramos establecer los contratos con la Empresa Eléctrica y Cupet en moneda nacional. Sin embargo, subsisten insatisfacciones, como el pago del 10 % de impuestos sobre la utilidad bruta, que afecta por igual a los cuentapropistas. Se supone que el resultado de tu esfuerzo vaya directamente al bolsillo del so-

cio, ya que para eso convocamos al colectivo a jornadas de limpieza, embellecimiento y reparación del local, con tal de no tener que pagarle a alguien más. El país necesita esta contribución, pero se debería establecer un balance adecuado y justo para las dos partes».

CUENTAS CLARAS CONSERVAN BENEFICIOS

En Villa Clara aún se comenta la relativa novedad de las CNA, y entre los muchos particulares que componen las dudas y preocupaciones de los nuevos cooperativistas, la seguridad social y el arrendamiento de locales asoman como fuertes contendientes. En el primer caso, el Decreto Ley Nro. 306/2012 del Consejo de Estado, dispone en su Artículo 3 la obligatoriedad respecto a la afiliación a este régimen de pago, por tanto el presidente de la CNA El Aborígen como el colectivo de La Concha, coinciden en la disparidad existente entre la contribución y la reserva.

«Todos los meses se nos descuenta el 20 % del salario para la seguridad social, pero la cooperativa solo se queda con el 1,5 %. O sea, para que un socio que lo precise (por enfermedad, accidente...) obtenga el 60 % de su sueldo, que se traduce en 240 pesos, tiene que aportar durante 228 meses. En la CNA El Aborígen hemos tenido varios casos con certificados médicos, incluyendo enfermedades de larga estadía, y la cooperativa ha asumido tal situación para no dejar desamparados a nuestros compañeros. El Decreto 306 establece este tipo de cobertura, proveniente de los fondos de la unidad, pero la seguridad social, que tan bien se paga, debería ofrecer mayores ventajas al cuentapropista».

Por su parte, el administrador del restaurante La Concha expone su preocupación por lo que considera una arbitrariedad de la Resolución 551/2013 del Ministerio de Finanzas y Precios. «Al parecer, a la hora de imponer el pago de 10 CUC por metro cuadrado, nadie tomó en cuenta que la ubicación geográfica de las cooperativas repercute directamente en los niveles de venta».

El poder adquisitivo del santaclearño promedio, así como el volumen poblacional, son incomparables con la situación de grandes ciudades como La Habana o de polos turísticos como Varadero y Cienfuegos. Estos análisis demandan inmediatez, porque las cooperativas ganarán un espacio social primordial en cuestión de meses, y el beneficio en la adecuación de la ley repercutirá por igual en el Estado y en el cuentapropista.

Más temprano que tarde volveremos sobre este tema, porque Cuba cambia, y nuestros hábitos de recreación y consumo han de aclimatarse a los nuevos patrones económicos.

Hoy, menos que nunca, podemos optar por la rectificación tardía, pues la práctica evidencia que los engranajes sí funcionan cuando prima la motivación.