

CONFERENCIAL MUNDIAL DEL CICOPA (Comité de la ACI para las Cooperativas detrabajo)

Oslo, noruega, 5 de septiembre de 2003

Case: COOPER PAM –Cooperativa de Transporte de los Trabajadores Autónomos de São Paulo

Presentación: Walter Tesch – Presidente del CICOPA Américas

1- Breve Explicación

En el entendimiento que los organizadores quieren hacer de esta espacio de la Conferencia, un momento para reflexionar sobre la diversidad de expresiones del trabajo asociado en cooperativas en el mundo, desde Asia, pasando por Europa y Américas. Las experiencias son múltiples y diversas que no se pueden captar en una Conferencia, sin embargo, sirve para llamar la atención para la riqueza de una diversidad poco conocida, de gran creatividad que exigirá un seguimiento del CICOPA a través de observatorios regionales.

Dentre muchas posibilidades de nuestra diversidad, escogimos la COOPER PAM, una cooperativa de trabajadores autónomos de la ciudad de São Paulo, que conocemos de cerca. Esta escoja no se debe a que COOPER PAM justamente no constituí un modelo acabado, pero una expresión pujante y dinámica de la forma como trabajadores excluidos del mercado de trabajo encuentran en el trabajo asociado en cooperativas un instrumento para conquistar su espacio de trabajo y renta. A veces, con fuerte represión del Estado y oposición de fuerzas económicas antagónicas.

2- El ambiente sociopolítico donde surge la cooperativa

Estas cooperativas, como otras similares, emergen en un contexto de exclusión y restricción del trabajo formalizado de elevada dinámica. En Brasil, en 2001, entre cerca de 75 millones de personas ocupadas, menos de 26 millones poseían relaciones formalizadas. Personas de menos de 21 años e mayores de 35 años difícilmente ingresan en el mercado formal de trabajo. Esto caracteriza lo que el sociólogo alemán, Ulrich Beck denomina “brazilianización del trabajo”.

Es un ambiente donde la cultura hegemónica en el mundo del trabajo, el marco legal existente restringe a creatividad y autonomía de organización del trabajo. Se insiste en la necesidad de generar trabajo asalariado subordinado que el mercado no genera y abre espacio para una suerte de “industria del trabajo” flexible bajo el control de empresas privadas.

Quiero chamar la atención, aunque, con dificultades en tal ambiente ganan espacio experiencias como COOPER PAM, COOBRASTUR, una cooperativa de trabajadores que desarrollo un producto intangible en el sector del turismo y una cooperativa de ciegos, cuyo producto es su capacidad olfativa aplicada a la industria de perfume. Tales experiencias constituyen acumulación de conocimiento, deben ser evaluadas como trabajo asociado. Son formas en transición organizativa al tercer sistema de trabajo. En el caso de la COOPER PAM, esta también el hecho de que tal cooperativa se inserta en el contexto de las respuestas asociativas a la privatización de los servicios públicos, en el caso el transporte de pasajeros urbanos, con muchos recursos económicos envueltos.

3- El perfil del case

3.1- Situando el histórico del “sector alternativo” de transportes urbanos

La ciudad de São Paulo tiene mas de 12 millones de habitantes, con población en periferias distantes de los centros de trabajo. En 1995, muchos de estos trabajadores excluidos del mercado de trabajo y con cierta reserva de sus liquidaciones laborales adquieren *Vans* y empiezan a transportar pasajeros de Barrios con líneas de transporte precarios. Luego consolidan alianzas con Asociaciones de estos barrios. Sintiendo la necesidad de generar un interlocutor con las Asociaciones y con la municipalidad, varias de estas líneas clandestinas o irregulares crean cooperativas y asociaciones. En 1997 son ceca de 8 mil personas que presionan al poder público para legalizar sus líneas de transporte. Después de mucha presión el consejo municipal legaliza 2.700 vehículos. Esta realidad se repite en varias capitales y grandes ciudades, estos clandestinos son conocidos como “perueiros”¹, “clandestinos” o “alternativos”

3.2- Evolución de la COOPER PAM

Fundada a finales de 1995,de 1998 hasta 2000 busca consolidar sus cerca de 400 vehículos legales y sus cerca de 40 líneas, negociando constantemente con el sector público. Entre 2000 y 2001, instaura un “centro de servicios”, con el cual busca crear mayor cohesión entre los asociados a través de servicios y con la perspectiva de participar legalmente en el sistema de transporte público, para esto es necesario crear un concepto e imagen de empresa eficiente y profesionalizada. En 2002 y 2003 muda el gobierno municipal y se inicia una reestructuración el sistema de transporte publico, se abre licitación pública y por primera vez hay la previsión de la participación de cooperativas en la red complementaria de alimentación de los ejes principales del transporte. En 2003, la COOPER PAM forma un consorcio con otras cooperativas y ganan, junto a cooperativas y asociaciones el derecho de administrar una parte del sistema de transporte que moviliza diariamente 900 mil personas.

4- Perfil Actual de la COOPER PAM

Con la licitación, la cooperativa se consolida con 1 408 asociados en mas de 50 líneas, transporta diariamente cerca de 400 mil usuarios. Cada vehículo genera directamente trabajo y renta a 4 familias, o sea cerca de 5.600 personas. Esto incluye dos motoristas y dos auxiliares.

El costo de cada vehículo es de ceca de US\$ 20.500, la municipalidad exige una renovación para el próximo año, los nuevos vehículos cuestan entre 35 a 40 mil dólares, mantenerlos en actividad genera una economía compleja: manutención, combustible, seguros, neumáticos, etc.

La relación con el sector público es dinámica, exige negociación constante, presiones y conflictos. No es una situación estable, considerando que el poder municipal realiza elecciones de 4 en 4 años.

5- Consideraciones finales

Quisiera concluir con bravísimas consideraciones y líneas de reflexiones sobre este tipo de, digamos, modelos de organización del trabajo asociado.

- a- La COOPER PAM instaura en los próximos meses una “Escuela de Cooperativismo” y un “sistema de comunicación” a través de informativos escritos, con los asociados y usuarios. Para aquellos visando reforzar la identidad y cohesión, considerando la inestabilidad constante y a los usuarios, buscando generar satisfacción y calidad del servicios. Esto, en nuestro entendimiento explicita una cierta visión estratégica de la dirección.

¹ Perua es el nombre de la Van o Kombi Volkswagen.

- b- El seguimiento de este caso, muestra cuan significativo es el rol que juega un liderazgo osado con iniciativa para actuar en un contexto hostil, con muchos obstáculos para generar nuevas condiciones de trabajo legal.
- construyeron un espacio político, legal y legítimo;
 - un espacio cooperativo de gestión de servicios públicos estratégicos;
 - consiguen se consolidar a pesar de oposición y constantes tensiones;
 - la continuidad en el futuro, la estabilidad relativa, dependerá de educación, cohesión, negociación y alianzas.-
- (Fotos e material gráfico disponible)*

Anexo: El concepto del centro de servicios

