Dimensiones básicas de las Universidades como agentes económicos

Punteo introductorio para relevar potencialidades para la Economía Popular, Social y Solidaria en el Sistema Universitario Público argentino.

Oscar Garcia

Introducción

- Los fundamentos profundos de las cuatro funciones sustantivas de las Universidades públicas argentinas - Docencia, Investigación, Extensión y Transferencia - son antes bien académicos, humanistas, políticos, culturales, pedagógicos y epistemológicos que económicos.

  Sin embargo, en y para la concreción de esos ideales y misiones la Universidad en tanto organización pone en marcha dinámicas que incluyen la dimensión económica como algo necesario y explícito.
- Esta dimensión económica debe ser asumida como **un activo autónomo** por cada Universidad y como **un activo integrado y sistémico** por el Sistema Universitario Público que **debe funcionar como cuenca orientadora** donde esa dimensión económica se exprese, potencie y despliegue. Y se redireccione crecientemente hacia la EPSS.
- El Sistema Universitario Público argentino presenta enorme diversidad identitaria en la singularidad de sus casas de estudio, pero a la vez una especificidad común que a la hora de considerar a las Universidades como **agentes económicos** permite postular – esquemáticamente pero de forma realista – **cuatro dimensiones básicas de ese *ser económico* de las casas de altos estudios:**

DIMENSIONES DE LAS UNIVERSIDADES COMO AGENTES ECONÓMICOS

1.
Que vinculan la economía Pública con la Capitalista y la EPSS

2
Que son Compradoras / Vendedoras de insumos y servicios

Económicamente las Universidades son Organizaciones

3
Que conforman un mercado amplio y caracterizado

4
Con trabajadorxs formalizadxs

1. Que vinculan la economía Pública con la Capitalista y la EPSS

- 1.1. La universidad funciona como agente de articulación entre su financiamiento con fondos de origen público y la transferencia de parte de estos fondos a la economía privada ya sea de naturaleza social, solidaria y popular o de cuño capitalista.
- 1.2. Cuando la transferencia de la parte de dichos fondos que corresponde a compras, locaciones y en general operaciones económicas de intercambio pueda hacerse con actores de la EPSS, **sin dudas ésta modalidad debería preferirse.**

1. Que vinculan la economía Pública con la Capitalista y la EPSS

- 1.3. Cuando por condiciones concretas de la interfase vigente entre ambos sistemas esto no pueda dejar de realizarse con organizaciones, empresas y en general agentes de la economía capitalista (hay compras y locaciones de servicios que las Universidades deben realizar y que el mercado de la EPSS no siempre oferta) las Universidades como entes autónomos pero también el Sistema Universitario Público como eco-sistema económico, deben proponer, promover y hasta imponer condiciones a las empresas privadas que vayan en el sentido de una "economía basada en la cultura solidaria aún en el marco capitalista" procurando generar en éstas acciones de la denominada Responsabilidad Social Empresaria (RSE), exigiendo estándares de calidad ambiental y laboral para ser consideradas proveedoras, generando acciones conjuntas de financiamiento de actividades y obras en el ámbito comunitario local, etc.

1. Que vinculan la economía Pública con la Capitalista y la EPSS

- 1.4. Es decir, en definitiva, **imponiendo a/ consensuando con/** las empresas capitalistas con las que se opera un nivel de exigencia de actitudes solidarias y de estándares de cuidado y calidad social que si bien no las coloca de lado de la EPSS, procura alejarlas (o al menos las pone en tensión) de las prácticas habituales de un capitalismo socialmente desresponsabilizado.

2. Compradoras / Vendedoras de insumos y servicios

- 2.1. El “Compre Cooperativo” o “Compre a la EPSS” supone **i) voluntad política, ii) adecuación institucional iii) vocación deontológica y iv) viabilidad de gestión** en direccionar un porcentaje creciente de las compras que la Universidad realiza para su funcionamiento cotidiano hacia actores de la EPSS.
- 2.2. Esta interacción de la Universidad como agente económico activo en interfase con la EPSS debe plantearse de manera racional y dialógica con los actores de la misma, para no generar situaciones de asimetrías de poder y en cambio propiciar el fortalecimiento proporcional entre ambos.
- 2.3. En efecto: “**el compre cooperativo**” desde la perspectiva de las universidades es, en espejo, “**la venta universitaria**" desde la perspectiva de las organizaciones de la EPSS. A ellas también debe resultarles beneficioso entrar, transitar y salir de este circuito de particular dinámica, pues en la intención de "fortalecer la economía solidaria y popular" ambas partes pueden estar conceptualmente de acuerdo e incluso en horizontalidad desde la legitimidad de cada una, pero desde posiciones de poder muy diferentes, asimétricas desde la capacidad organizacional y del impacto que el vínculo genere en ambas.

2. Compradoras / Vendedoras de insumos y servicios

- 2.4. El compre cooperativo exige una triple adecuación:

  I. De la Universidad en su lógica, procedimientos y normativa a las realidades de las Organizaciones de la EPSS.

  II. De estas organizaciones al piso mínimo de requerimientos que una institución pública como una Universidad demanda ya que a su vez debe cumplir con normas de transparencia y rendición de cuentas.

  III. La del Sistema Universitario Público como tal, en el sentido de generar las condiciones estructurales para avalar, sostener y facilitar las dos adecuaciones anteriores; andamiaje sin el cual la implementación de casos concretos no dejan de ser excepcionales y singulares, y nunca sistémicos.

2. Compradoras / Vendedoras de insumos y servicios

- 2.5. En las aun acotadas pero cada vez más dinámicas situaciones en las que la Universidad es ***vendedora***, **debe hacerlo bajo la normativa legal de una institución pública pero además bajo los parámetros valóricos y operativos de una organización de la EPSS** Muchas Universidades venden textos y publicaciones editoriales, productos alimenticios, asistencias técnicas, análisis de laboratorios, etc. Esta venta debe ser encarada también bajo los parámetros y valores de la EPSS pensando en quienes trabajan en dichos circuitos y en quienes son lxs consumidores en lxs mismos.
- 2.6. Se abre aquí un debate de si debe usarse y cómo el Big Data en el campo de la EPSS y bajo que condiciones los algoritmos y las redes sociales son herramientas útiles y funcionales en consonancia con los valores que desde ésta economía se promueven.

2. Compradoras / Vendedoras de insumos y servicios

- 2.7. Puesto que en todas las Universidades las actividades se desarrollan fundamentalmente en un espacio propio y caracterizado como *universitario* (donde entre otras cosas, rige la autonomía) en los casos en que la Universidad debe actuar como locadora de espacios y/o servicios en y para sus sedes, la preferencia por organizaciones de la EPSS, ya sea en la forma de organizaciones netamente económicas - cooperativas, emprendimientos populares, mipymes locales - ya sea en la figura de organizaciones de la sociedad civil - cooperadoras, asociaciones civiles – o ya sea de organizaciones político/ gremiales - centros de estudiantes, agrupaciones, sindicatos - debe ser explícita y armonizada de manera sistémica e integradora con las demás operaciones de dichas sedes y la capacidad operativa de dichas Organizaciones.

3. Conforman un Mercado amplio y caracterizado

- 3.1. El mercado directo que se genera en el Sistema Universitario compuesto por Estudiantes, Docentes, Trabajadorxs e Investigadorxs, no es técnicamente un mercado cautivo pero sí **un mercado referenciado**. Está estudiado, medido y contrastado en sus aspectos educativos, sociales y tangencialmente en algunos aspectos económicos. Este mercado directo es literalmente nominal: se conocen e identifican los individuos que actúan en el.
- 3.2. En términos cuantitativos, este mercado es notable: según datos del año 2019 del Departamento de Información Universitaria (DIU) integrante de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) en las Universidades Públicas existen 1.751.607 estudiantes de pregrado y grado y 113.840 estudiantes de posgrado. A ello se suman 208.922 personas más entre docentes universitarios, docentes preuniversitarios, autoridades superiores y trabajadorxs no docentes. Es decir, un mercado de más de dos millones de personas.

  (Fuente: "Síntesis de Información Estadísticas Universitarias 2019-2020"- DIU – SPU – Ministerio de Educación de la Nación)

3. Conforman un Mercado amplio y caracterizado

- 3.3. Si se considera el mercado indirecto que incluye a familiares, graduados, jubilado del sistema y otros miembros de la comunidad a los que se tiene llegada fundamentalmente a través de las actividades de extensión, este mercado se multiplica por 3.
- 3.4. A este mercado la EPSS puede **acceder de manera directa, presencial**, en los diversos formatos de dispositivos de venta dentro de los ámbitos universitarios – mercados, ferias, concesiones, venta on–line por redes, etc.- pero también de manera indirecta a través de plataformas de compra y venta on-line de mayor envergadura y alcance que aún no han sido exploradas.
- 3.5. Esta exploración de las interconexiones virtuales entre miembros de un mismo mercado potencial disperso en 70 Universidades Públicas de todo el territorio nacional requiere de inversión e investigación para conocer de que modos un funcionamiento solidario y popular pudiera pensarse para dichas plataformas.

3. Conforman un Mercado amplio y caracterizado

- 3.6. El mercado universitario puede y debe ser también un espacio de construcción cultural de la incorporación de la EPSS a la consideración de los individuos y grupos consumidores. Lo que difícilmente se pueda lograr como compra formal desde la Universidad a emprendimientos de la economía popular de baja producción y/o con momentánea informalidad desde lo legal (una realidad que no puede desconocerse y debe acompañarse para su regularización) puede compensarse con la difusión y concientización para que los consumidores individuales y colectivos del Mercado Universitario lo hagan, habida cuenta de sus menores o nulas exigencias de formalización exigible en las transacciones.
- Vale decir: donde la Universidad no puede comprar, “los universitarios” sí.

3. Conforman un Mercado amplio y caracterizado

- 3.7. En síntesis, plantear finalmente que como todo mercado tiene potencialidad de crédito (que podría hacerse preferiblemente desde las finanzas solidarias), de promociones, de interconexión, de comercio on–line como se dijo, etc.

  Y también de ahorro y moneda propia: las exploraciones de una moneda social circulante en el Sistema Universitario Público argentino puede parecer hoy una utopía, pero las condiciones estructurales (con la correspondiente adecuación normativa que acompañe) y los desarrollos tecnológicos, hoy lo permitirían.

4. Con trabajadorxs formalizadxs

- 4.1. El Sistema Universitario Público es un espacio laboral formalizado, sea en la forma de relación de dependencia o en locación. La precarización aún existente sigue siendo un problema concreto a trabajar y resolver, pero la matriz simbólica y estructural del sistema es de formalización laboral.
- 4.2. Esta característica permite disparar una serie de mecanismos e iniciativas de lo que podría llamarse la economía solidaria "tradicional" la que sin embargo conserva intactas sus potencialidades inclusivas: el Mutualismo Universitario, el Cooperativismo, el Socorro Mutuo, las Cajas Compensadoras y de Ahorro, etc.
- 4.3. El Mutualismo Universitario puede proveer además de los consabidos servicios, la posibilidad del financiamiento y crédito mutual. La posibilidad de crear mutuales para las vastas comunidades educativas, sociales y ampliadas que se congregan en las Universidades es potencialmente vital. Numéricamente no significativas las mutuales en las casi 70 Universidades públicas argentinas. Pero ejemplos históricos no faltan: la Asociación Mutual Universitaria de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, con sede principal en Tandil, es uno de ellos.

4. Con trabajadorxs formalizadxs

- 4.4. El sistema de código de descuento por recibo de sueldo permite perfeccionar mecanismos de garantías solidarias mutuas que habiliten iniciativas concretas: el sistema de Cooperativismo de Vivienda - llevado adelante por Coopteba en la provincia de Bs. As.- es un buen ejemplo de cómo resolver una necesidad como la de la vivienda a través de procesos cooperativos que tienen en la formalidad del empleo – y la consecuente capacidad de respuesta económica que eso permite generar y proyectar – su piedra basal
- 4.5. La Universidad como sistema de empleados formalizados supone también **la oportunidad de progresivo involucramiento de los Sindicatos como actores ligados y promotores de la EPSS Universitaria.**

Conclusiones

- Las cuatro dimensiones básicas del *ser económico* de las Universidades Públicas Argentinas que postulamos están separadas sólo en la formulación teórica a efectos de facilitar una reflexión ordenada. En la realidad son dimensiones interactivas, con influencias decisivas de unas sobre otras.
- Es por ello que consideramos que más allá de los esfuerzos que se realizan en las distintas Universidades para desarrollar teoría, pensamiento, investigación y fundamentalmente acción concreta en cada una de ellas, es el Sistema Universitario Público argentino el que puede y debe considerarlas a todas de manera sistémica y proponer acciones de avance profundo y a la vez equilibrado. Y sobre todo proponer las Políticas Públicas integrales correspondientes.
- Nos encontramos en la actualidad ante un Sistema Universitario en expansión pero también consolidado en su funcionamiento institucionalizado; y a la vez ante un desarrollo y despliegue social, epistemológico y político de la EPSS sin precedentes, que hacen de este tiempo el momento oportuno de avanzar y desafiar lo establecido.
- Este desafío hacia el sistema seguirá estando impulsado por las experiencias pioneras y singulares de cada Universidad, siempre en diálogo horizontal y franco con lxs actorxs sociales de la EPSS, sin los cuáles cualquier iniciativa no tendría mayor sentido ni futuro.

Dimensiones básicas de las Universidades como agentes económicos.

Punteo introductorio para relevar potencialidades para la Economía Popular, Social y Solidaria en el Sistema Universitario Público argentino.

Oscar Garcia
Cátedra Abierta de Solidaridad
Universidad Nacional de San Martín
Octubre de 2021