



MICROEMPRESAS y Asociaciones Gremiales

EUGENIO PEDRO GIOVENARDI*

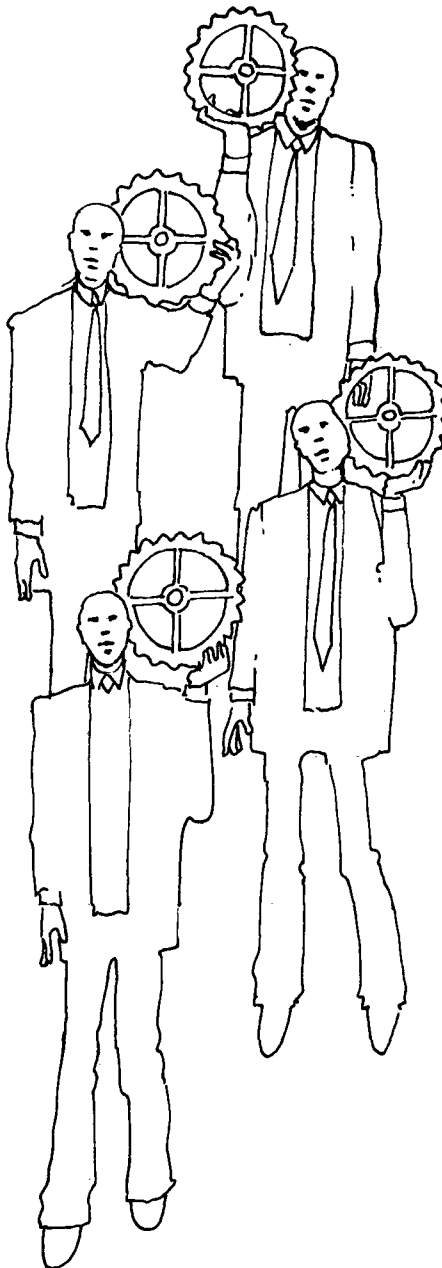
INTRODUCCION

Este artículo presenta una corta exposición sobre las microempresas y las asociaciones gremiales.

Las microempresas y las empresas asociativas tienen su forma jurídica propia y su estructura de gestión peculiar, en cuanto a la responsabilidad empresarial y técnico-productiva. Mientras que la empresa asociativa es administrada según un principio de democracia difusa, que a veces vuelve difícil la responsabilidad empresarial, la microempresa tiene una gestión de corte vertical, donde las responsabilidades se distribuyen por contratos laborales. Este hecho no impide que en las microempresas se cree un tipo de responsabilidad técnico-productiva compartida por los mismos trabajadores que utilizan sus conocimientos y sus habilidades como signo de identidad con la empresa.

En esta breve exposición deseo extraer de la experiencia personal con pequeñas empresas asociativas unas consideraciones fundamentadas en el concepto de "límite". Este concepto nació a partir del esfuerzo que hacen especialmente los campe-

*Consultor de Naciones Unidas, OIT, Proyecto COL 87 DNP, Dancoop. Conferencista invitado UN.



sinos en distinguir entre idea, sueño y realidad de su actividad económica. En otras palabras, está implícita una pregunta: hasta dónde se puede ir, hasta dónde se puede o se debe crecer.

LIMITES DE EXPECTATIVAS

Las pequeñas empresas están conformadas por personas con características socio-culturales que tienen mucha relación con las expectativas, con el futuro, con las responsabilidades de venir a ser algo muy distinto de lo que se es, o, al contrario, pueden expresar señales de conformidad con la realidad presente y, por ende, se someten fácilmente a aceptar su condición de pequeños. Por tanto, las pequeñas empresas son, en gran parte, determinadas por los límites de expectativas de los empresarios.

Es bien cierto que las expectativas son favorecidas o inhibidas por condiciones externas, por factores que no siempre son controlables por las fuerzas que manejan determinados grupos socio-culturales o grupos empresariales que actúan en circunstancias desfavorables en relación al conjunto de la sociedad. Esto lo veremos en los límites del crecimiento.



LIMITES DEL CRECIMIENTO

Aunque puede ser aplicable a las medianas y grandes empresas, este concepto tiene particular relación con las microempresas o pequeñas empresas asociativas dadas las condiciones existentes, poco favorables para su desarrollo y sostenimiento.

Se proponen a consideración tres elementos que parecen vitales para el crecimiento de las microempresas asociativas u otras. Son ellos: a) ahorro e inversiones; b) costos; y c) mercados.

Ahorro e Inversiones

La capacidad de ahorro de una empresa está íntimamente vinculada a proyectos de inversión. Sin ahorro no puede haber inversión y viceversa. Sin embargo, las microempresas no cuentan con una acumulación previa y normalmente empiezan casi de cero, lo que torna el ahorro extremadamente lento y difícil. La líneas de crédito generalmente disponibles no son exactamente adecuadas a la formación de capital o de ahorro. Son líneas de crédito para inversión directa y capital de trabajo, las cuales las empresas buscan adecuar a sus necesidades con resultados no siempre positivos. La experiencia ha demostrado que para esta clase de empresas debería existir, al lado de líneas de financiamiento de proyectos de inversión, una línea específica para formación de capital o de ahorro propio de los empresarios en su empresa. En las empresas asociativas se llama "crédito para anticipo de aportes sociales" que son suscritos por los socios en un monto igual o superior al crédito, el cual debe ser pagado durante el período de vigencia de la financiación.

¿Por qué es difícil la formación del ahorro? La razón principal es sencilla: el empresario subsidia al consumidor durante todo el tiempo del proceso productivo y hasta que el producto sea efectivamente comprado por el usuario. Este tiempo puede ser más o menos largo, de-

pendiendo de la eficiencia y de la eficacia de la empresa. Pero, cualquiera que sea la duración del proceso de producción, éste pesa sobre la formación de ahorro y capital. Este es el punto álgido que se debe atacar para que las pequeñas empresas puedan crear condiciones de competitividad. Algunas clases de empresas, como los supermercados, logran obviar esta dificultad, pagando a los proveedores de bienes de consumo agrícola o industrializado, a treinta y a sesenta días.

Una de las formas de propiciar la



*El fundamento
del éxito de
cualquier asociación
está en determinar
con suficiente
claridad el o los
intereses comunes
por los que se van
a asociar,
por un lado,
y por otro, las
ventajas comunes
que pueda traer
la satisfacción
de ellos.*



formación de capital para la microempresa sería el establecimiento de una línea de crédito con esta finalidad, bajo la exigencia legal de un aumento de capital de la empresa por parte de los empresarios. Como es cierto que estas empresas subsidian a los consumidores, los fondos podrían originarse en el IVA o en

los impuestos pagados sobre la renta. El crédito, en este caso, sería un generador de ahorro y de capital propio y un estimulador de la producción.

El proceso sistemático de formación de capital empresarial es la más sólida base para soportar las inversiones necesarias al desarrollo de la empresa y enfrentar tasas de interés más elevadas, en mejores condiciones de competitividad.

Costos

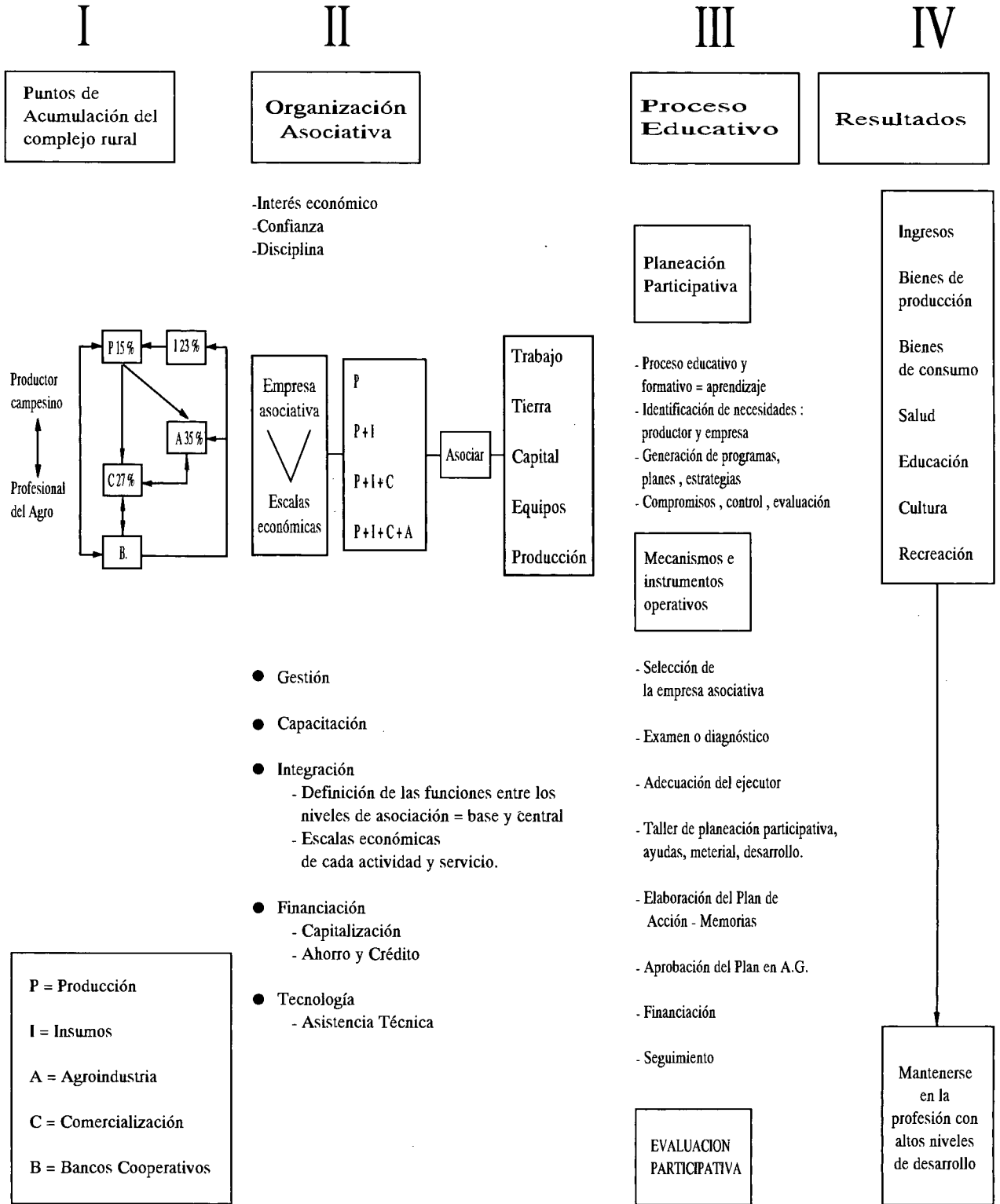
El conocimiento y el control de los costos de producción representan algunos de los elementos esenciales para participar en la toma de decisiones sobre precios del producto, calentar o enfriar mercados. Gran parte de las estrategias de comercialización depende de los costos de producción y éstos pueden ser arduosamente defendidos por los gremios que representan las microempresas. En la era de la informática, se deberían tener en programas analíticos de estandarización de costos empresariales por tipo, cantidad y calidad de producto y por tamaño modular de empresas. Sería una medida de orientación para las microempresas y una demarcación de límites dentro de los cuales ellas podrían desarrollarse y crear sus propias condiciones de competitividad.

Mercados

Los aspectos fundamentales de este elemento limitante del crecimiento empresarial, todos lo saben, son: la diferenciación del producto y la diversificación de los mercados. Los mercados no son lineales ni homogéneos. Al contrario, la demanda y la oferta pueden ser intensas, inelásticas y difusas, especialmente en economías de libre circulación de la moneda. Por ende, al dirigirse todos con los mismos productos a los mismos mercados, se provoca una excitación de la competencia, una especie de histeria de mercado, si-



La metodología del Proyecto Col 87/003 se compone de un conjunto de conceptos o premisas, de formas de acción asociativa y de un proceso formativo y educativo basado en la planeación participativa, los cuales inducen a la consecución de los objetivos de los pobladores rurales.





tuación que no es deseable para quien produce, y puede no serlo para quien consume. Más que para las grandes empresas, una clasificación de mercados será de extrema utilidad para orientar la diferenciación de productos, la cual, a su vez, podrá diversificar los mercados.

La pregunta, entonces, es ¿cuánto crecer? Pues hasta poder influir en la decisión de precios dentro de los niveles o de las franjas de mercado a la que una o un grupo de microempresas puedan tener acceso.

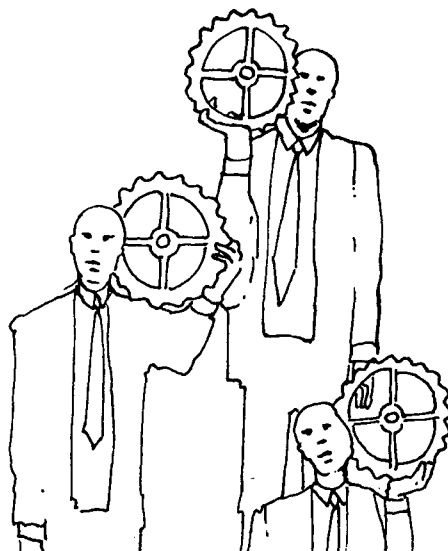
Los elementos que acabamos de considerar como factores que pueden facilitar o entorpecer el crecimiento empresarial son posibles de ser manejados a partir de estructuras de apoyo, de fomento y de defensa de la microempresa, y a través de asociaciones gremiales.

AGREMIACIONES DE MICROEMPRESARIOS

El fundamento del éxito de cualquier asociación está en determinar con suficiente claridad el o los intereses comunes por los que se van a asociar, por un lado, y, por otro, las ventajas comunes que pueda traer la satisfacción de ellos.

Generalmente, los puntos de interés común giran alrededor de cuatro sectores: los medios de producción, los insumos, la manufactura (el proceso de producción) y la comercialización. En torno a estos puntos se podría estructurar una importante acción gremial. (Ver gráfica.)

- Los medios de producción, de carácter generalmente individual o privado, son de responsabilidad del inversionista; pero, la inversión puede y debe ser orientada para que los equipos se adecúen a las reales necesidades y capacidades de producción.



- Los insumos comprenden varios tipos de bienes o servicios, como la materia prima, la tecnología, la asistencia técnica, la capacitación y el crédito. Estos bienes y servicios poseen un ingrediente muy importante que es la escala económica. La adquisición de bienes y la prestación de servicios pueden ser operados en escalas que posibiliten la reducción de costos de producción, de mantenimiento, de renovación tecnológica, etc.

Evidentemente estos servicios, prestados por una asociación, tienen costos operacionales, pero en su conjunto son relativamente mucho más bajos que tomados individualmente por cada empresario.

- La manufactura o la transformación de la materia prima en un producto listo para el mercado está íntimamente asociada al insumo tecnológico y a las alternativas de demanda del mercado, sin descuidar las alternativas de la oferta.

- La comercialización, por supuesto, representa el momento decisivo de todas las etapas anteriores. Es necesario llamar la atención sobre este punto. A nivel de pequeñas empresas asociativas agrícolas la insuficiente escala de producción y la diversidad de criterios de control de calidad constituyen el cuello de botella de la comercialización. Tanto la escala o volúmenes de producción, como la calidad de los productos se pueden alcanzar con un proceso de integración asociativa por producto o por líneas de productos.

Es el papel que deben desempeñar las comercializadoras centrales, organizadas por líneas de productos.

CONCLUSIONES

Con miras a favorecer e intensificar las relaciones entre los microempresarios y la asociación gremial se sugiere a la asociación, con el apoyo de entidades como el SENA, CORFAS, Cajas de

Compensación Familiar, etc., un programa inicial con cuatro puntos:

- Planificación empresarial, inicialmente para un período de un año y, seguidamente, para un trienio. Con la planificación, los talleres van perdiendo algunas características de la informalidad y se apersonan de la importancia de la organización tanto a nivel de empresa como de asociación.

- Capacitación tecnológica, con base en parámetros estandarizados por producto, que permita la presentación de artículos ampliamente aceptables en calidad, diseño, forma, etc.

- Análisis de costos de producción, que permitan a los microempresarios tener y examinar elementos comparativos y aplicar las correcciones de control necesarias para mantener los niveles de competitividad. Los parámetros para el montaje del sistema de análisis deberán ser definidos de acuerdo a criterios técnicos para que se puedan aplicar universalmente.

- Negociación política con el Estado y con los partidos sobre medidas de carácter económico, financiero, jurídico y fiscal que faciliten la consolidación de este sector empresarial, importante también desde el punto de vista de la organización del trabajo, del empleo y con apreciables resultados en el campo de la distribución más equitativa de la riqueza del país.