

1

" LA EMPRESA COMUNITARIA COMO ALTERNATIVA
PARA SOLICIONAR EL DESEMPLEO EN LA CIU
DAD DE CARTAGENA "



BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
Fernández de Madrid
Universidad de Cartagena

T
331.137
R175

2

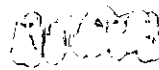
" LA EMPRESA COMUNITARIA COMO ALTERNATIVA PARA
SOLUCIONAR EL DESEMPLEO EN LA CIUDAD DE CAR
TAGENA "



BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
Fernández de Madrid
Universidad de Cartagena

INES RAMOS DIAZ
DAISY LOPEZ A.

SCIB



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ECONOMIA

58934

Cartagena, Julio 21 de 1987



Cartagena, Julio 21 de 1987

SEÑORES
MIEMBROS DEL COMITE DE GRADUACION
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
La Ciudad.

Respetados Señores :

De manera muy cordial nos dirigimos a ustedes para poner a su consideración la tesis de Grado titulada " LA EMPRESA COMUNITARIA COMO ALTERNATIVA PARA SOLUCIONAR EL DESEMPLEO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA ", con el fin de que sea sometida a su estudio y aprobación para optar el Título de Economista.

Esperando de su análisis y crítica científica a mi trabajo, se suscribe de ustedes muy atentamente,

Deisy López A.
DEISY LOPEZ AGAMEZ

Inés E. Ramos Díaz
INES EMILIA RAMOS DIAZ

Cartagena, Julio 21 de 1987

SEÑORES
COMITE DE GRADUACION
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
E. S. D.

Distinguidos Doctores :

Por medio de la presente me permito informarles que he asesorado a las alumnas Deisy López Agamez e Inés Emilia Ramos Díaz, egresadas del programa de Economía de la Universidad de Cartagena para la realización del trabajo de grado titulado " LA EMPRESA COMUNITARIA COMO ALTERNATIVA PARA SOLUCIONAR EL DESEMPLEO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA ", del cual se deducen algunos planteamientos importantes en cuanto a las empresas comunitarias.

Atentamente,



NESTOR GALLARDO

Asesor

Cartagena, 7 de Septiembre de 1987

Señores
MIEMBROS COMITE DE GRADUACION
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Cartagena
E. S. D.

-----Apreciados señores:-----

La importancia que tienen las empresas comunitarias para combatir el desempleo se muestran en el trabajo de tesis "LA EMPRESA COMUNITARIA COMO ALTERNATIVA PARA SOLUCIONAR EL DESEMPLEO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA, presentada por las egresadas Ines Ramos Diaz y Daisy López A.

Las empresas comunitarias urbanas para que se puedan considerar una alternativa en la solución del desempleo requieren actualmente de una norma legal, una línea de crédito especial y de asistencia técnica por parte de las instituciones de Gobierno que tienen que ver con estas actividades.

Considero que el trabajo presentado por las señoritas Ines Ramos Diaz y Daisy López A. las hace merecedoras a que la Universidad de Cartagena les otorgue el título de Economistas.

Cordialmente,



ALCIBIADES DAVILLA C.

Cartagena, septiembre 7 de 1987

Señores
COMITE DE GRADUACION
Facultad de Ciencias Económicas
Atte: Doctora Martha Fernández
E. S. D.

Apreciados señores:

Leído el Proyecto de grado presentado por las egresadas del Programa de Economía INES RAMOS DIAZ y DAISY LOPEZ, considero que el trabajo llena los requisitos básicos como memoria de grado para optar el título de Economistas, el tema tratado es de gran interés por el desarrollo de nuestra comunidad como una alternativa para combatir el desempleo en nuestra ciudad.

Felicito a las nuevas profesionales.

Atentamente,

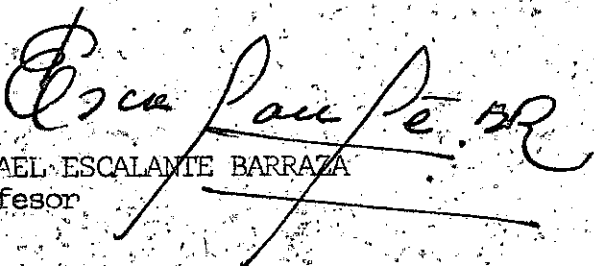

RAFAEL ESCALANTE BARRAZA
Profesor



TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
0. INTRODUCCION	
0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
0.2 DELIMITACION DEL PROBLEMA	4
0.2.1 Delimitación Formal	4
0.2.1.1 Espacio	4
0.2.1.2 Tiempo	4
0.2.2 Delimitación Material	4
0.2.2.1 Variable Dependiente	4
0.2.2.2 Variable Independiente	4
0.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACION	5
0.3.1 Objetivo General	5
0.3.2 Objetivos Específicos	5

	Pág.
0.4 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION	5
0.5 FORMULACION DE HIPOTESIS	7
0.5.1 Hipótesis General	7
0.5.2 Hipótesis de trabajo	7
0.6 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	7
0.6.1 Definiciones Conceptuales	7
0.6.2 Definiciones Operativas	9
0.7 MARCO TEORICO	9
0.8 METODOLOGIA	11
1. EL PERFIL DEL HOMBRE Y LA MUJER COMUNITARIA	1
2. FUNDAMENTOS DE ANALISIS ECONOMICO PARA LA GESTION DE LA EMPRESA COMUNITARIA	
2.1 Qué es una empresa?	14

	Pág.
4.1.2 Segundo paso	62
4.1.3 Tercer paso	62
4.2 Capital	63
4.3 Financiación	64
4.4 Mercadeo	64
5. LA EMPRESA COMUNITARIA Y SU CONTRIBUCION AL PROBLEMA DEL DESEMPLEO	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
BIBLIOGRAFIA	91
ANEXOS	94

	Pág.
2.2 Metas del análisis económico	15
2.3 La actividad económica	18
2.3.1 Elementos que intervienen en el comportamiento del consumidor	19
2.3.2 Otros factores que afectan las decisiones de la empresa	20
2.4 Los precios de los elementos productivos	21
2.4.1 La factibilidad de la empresa comunitaria	22
2.5 Características del mercado	23
2.6 Características técnicas y de producción	24
2.7 Características administrativas y financieras	30
 3. COMERCIALIZACION	 40
 4. COMO ORGANIZAR UNA EMPRESA COMUNITARIA	 59
4.1 Pasos	61
4.1.1 Primer paso	61

0. INTRODUCCION

Uno de los problemas más importantes que tiene que afrontar nuestro país es el desempleo.

Los diferentes sectores de la economía no alcanzan a absorber la capacidad de mano de obra existente, el problema se ha ido acrecentando día tras día por cuanto a la gran masa de desempleados de las ciudades se le han ido uniendo los inmigrantes provenientes del campo movidos por la ilusión de fáciles y rápidas mejoras en sus condiciones de vida.

Presentandose la situación de esta manera, la parte resultante de la diferencia entre la oferta y la demanda de trabajo tiene que, por simple instinto de sobrevivencia, vincularse a alguna actividad que le permita obtener los recursos para subsistir.

Una actividad que está siendo experimentada en el país es la empresa comunitaria como respuesta a la creciente escasez de fuentes de trabajo.

Toda empresa, sin que importe la ideología o el sistema económico a que

11

pertenece, es una organización de personas y de cosas para producir bienes o prestar servicios. Tal organización asocia de modo conveniente los llamados factores productivos: trabajadores, capitales, tierra, equipos, tecnologías, dirigencia etc.

Cuando una empresa o un grupo de inversionistas son dueños de los factores productivos y los trabajadores no tiene parte ni en la sociedad ni en la dirección de la empresa, ésta es capitalista.

Cuando el capital pertenece al gobierno, la empresa es estatal, aunque se llame socialista y se alegue que el gobierno la posee a nombre de la clase proletaria. La experiencia muestra que en este tipo de empresa los trabajadores vienen a quedar subordinados a una casta burocrática, que los tiraniza.

Sólo cuando trabajo y capital se reúnen en las mismas personas y no en grupos distintos y contrapuestos, la empresa es comunitaria. No es ella pues una empresa pública o estatal, sino privada, pero no privada a la manera capitalista sino privada-social. Si se prefiere, también podría sostenerse que la empresa comunitaria, no es ni oficial ni privada sino que pertenece a una tercera categoría precisamente con tal nombre, esta es, "social".

Ha de buscarse, en la medida de lo posible, que la empresa comunitaria

aglutine de preferencias a los hogares-primeras células de la sociedad- antes que a los individuos aislados. Por ella, además de empresa o herramienta económica de producción, ha de ser también comunidad esto es, común-unidad de destino, realidad socio-espiritual para compartir la vida y lograr que todos crezcan según la conocida fórmula, como más "hombres y mejores hombres" gracias, cabalmente a la colaboración y la mutua ayuda.

0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Será la empresa comunitaria una solución para el problema del desempleo?

0.2 DELIMITACION DEL PROBLEMA

0.2.1 Delimitación Formal

0.2.1.1 Espacio

La investigación se realizará en la ciudad de Cartagena.

0.2.1.2 Tiempo

En lo que hace alusión al tiempo tenemos en cuenta el período 1983-86.

0.2.2 Delimitación Material

0.2.2.1 Variable Dependiente

La empresa comunitaria como alternativa para solucionar el desempleo.

0.2.2.2 Variable Independiente

Cosificación, masificación, marginalidad, opresión, productividad, desempleo.

0.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

0.3.1 Objetivo General

Nuestra principal meta en este trabajo es demostrar que la empresa comunitaria es una alternativa para solucionar el problema del desempleo.

0.3.2 Objetivos Específicos

Determinar el fenómeno sociológico e historico de la sociedad industrial y la cultura de Cartagena, con la aparición de grandes conglomerados.

Determinar el grado de marginalidad con respecto a los beneficios que otorga vivir en sociedad.

Determinar la opresión tanto económica como política que pueda existir en la ciudad de Cartagena.

Determinar el nivel de producción con respecto a la demanda.

Determinar las causas del desempleo en Cartagena.

0.4 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION

El interés que nos lleva a realizar esta investigación es la de tratar de solucionar en parte uno de los problemas más graves que afronta nuestra comunidad como es el desempleo.

Frente a esta situación el hombre tiene que tomar conciencia de la necesidad de unirse y acabar con este flagelo.

La investigación sobre la empresa comunitaria en el departamento de Bolívar es de gran importancia debido a que crearía fuentes de ingreso a un gran porcentaje de los desempleados y complementaría el ingreso de los obreros que no ganan lo suficiente para el mantenimiento de sus familias.

La empresa comunitaria es un tema que no se ha investigado en la ciudad de Cartagena, aunque ya existen empresas comunitarias experimentales en el departamento de Bolívar.

Este tema es de utilidad para que el gobierno formule políticas adecuadas e incentive el desarrollo de esta nueva empresa.

Servirá también para orientar estudiantes, profesionales y para investigaciones afines con el tema.

Otra justificación importante en la realización de éste trabajo es obtener el grado de Economista.

0.5 FORMULACION DE HIPOTEIS

0.5.1 Hipótesis General

La empresa comunitaria si será una alternativa para solucionar el problema del desempleo.

0.5.2 Hipótesis de Trabajo

El no contar la civilización con un proceso de humanización hace que el hombre se vaya degradando cada día más, es decir acercándose más a la bestia. Esto lo verificamos a través de la cosificación, marginalidad, masificación y opresión.

0.6 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

0.6.1 Definiciones Conceptuales

COSIFICACION:

Son todas las situaciones en las que el hombre se ve reducido a un simple medio, un instrumento, cuando deja de ser el mismo y extraña sus propias cualidades en algo externo de él, cuando el hombre no puede ser libre por múltiples circunstancias, se produce el fenómeno que los filósofos llaman alineación.

MASIFICACION:

Este fenómeno se refiere en primer lugar a un proceso sociológico e histórico propio de la sociedad industrial a la cultura de las grandes urbes, a la aparición de grandes conglomerados sociales. Este proceso nos

está llevando a la pérdida de la identidad. Pues las personas se desconocen entre sí careciendo por tanto de preocupación para la solución de problemas comunitarios.

MARGINALIDAD:

La clase es aquella que no es tenida en cuenta en participación de los beneficios que otorga el vivir en sociedad.

OPRESION:

La opresión de carácter económico y político constituye una negación del hombre como fin, es decir, como persona la angustia vital, producida por el hambre, desnutrición, analfabetismo.

PRODUCTIVIDAD:

Es la cantidad de producción que se obtiene por cada trabajador o por cada hora trabajada.

DESEMPLEO:

Ocio involuntario de una persona que desea trabajar pero que no puede encontrarlo.

0.6.2 Definiciones Operativas

VARIABLE	INDICADOR	FUENTE
Cosificación	la alineación	comunidad
Masificación	Conglomerados Sociales	DANE
Marginalidad	Pérdida de derechos	comunidad
Opresión	hambre, desnutrición desempleo, pobreza etc.	comunidad
Productividad	Oferta y Demanda	mercado
Desempleo	nivel de empleo	DANE

0.7 MARCO TEORICO

Los antecedentes históricos de las empresas comunitarias en nuestra patria, remontan a las repúblicas indo-hispano-cristianas del Vichada, Casanare y los Llanos Orientales que existieron de los siglos XVI y XVIII organizadas y regidas por los padres de la compañía de Jesús.

Aquí está el modelo o prototipo más próximo de las empresas comunitarias actuales y no, como algunos equivocadamente han creído, en realizaciones foráneas similares o equivalentes tales como el Kibuts Judío o el Koljos soviético.

La historia reciente de las empresas comunitarias en Colombia se pueden dividir en tres etapas:

PRIMERA ETAPA:

Fu  breve en el tiempo, pues abarca el período 1962-1963 y restringida en espacio y cantidad, porque sólo comprenden sendas empresas en Bogotá Medellín y Cali. Se iniciaron a nivel privado como iniciativa de la UNIAPAC de Colombia, filial nacional de una más vasta organización mundial de empresarios cristianos con sede en Bruselas y Bélgica. Las tres empresas comunitarias de cada una de estas ciudades fueron formadas por recolectores de basuras especializados en recoger papeles y cartones.

SEGUNDA ETAPA:

~~Su realización fué a nivel oficial y abarcó las administraciones 1966-~~ 1970 y 1970-1974. El programa arrancó en 1968 y estuvo estrechamente ligado a la realización de la reforma agraria. Por eso, la inmensa mayoria de las empresas de esta época fueron agrícolas, ganaderas o mixtas y muy pocas urbanas. Con las empresas comunitarias se buscaba colocar más gente en menos tierra, para superar tanto la insuficiencia de tierras aptas para la agricultura en Colombia como la gran cantidad de familias campesinas que aspiraban a ser dueñas de finca. En esta etapa fueron promovidas un poco más de 1300 comunitarias a lo largo y ancho del país.

Durante los gobiernos siguientes se puede decir que el programa de las

comunitarias se dejó en el limbo. Padeció por el defecto común a los países en vía de desarrollo: la discontinuidad administrativa.

TERCERA ETAPA:

Actualmente existen en el país más de 400 empresas constituidas en vías de formación; buena parte de las cuales en el sector urbano.

0.3 METODOLOGIA

Esta investigación se realizará a nivel teórico-práctico utilizando ~~fuentes directas e indirectas.~~

Las fuentes directas serán entrevistas realizadas a familias pertenecientes a la zona suroriental de Cartagena y a miembros integrantes de empresas comunitarias del departamento.

La fórmula a utilizar para hallar el tamaño de la muestra es:

$$N = \frac{Z^2 P Q}{E^2}$$

Las fuentes indirectas las obtendremos de documentos bibliográficos suministrados por investigaciones sobre el tema a nivel nacional.



1. PERFIL DEL HOMBRE Y LA MUJER COMUNITARIA

La ciencia económica, que hace parte de las disciplinas sociales, es tá dedicada al estudio del ser humano en su lucha por resolver el problema económico. Estudia los mejores u óptimos usos alternativos que una sociedad pueda hacer de sus escasos recursos para la obtención de unos bienes y servicios, que irán a satisfacer las innumerables necesidades humanas, en procura de mejorar el bienestar de la comunidad.

Todo ser humano tiene que satisfacer diariamente un sinnúmero de necesidades, empezando por las llamadas primarias o sea las que por su origen biológico se repiten todos los días y por lo mismo, exigen el consumo periódico de bienes. En general, estas se agrupan en las de alimentación, salud, vestido y vivienda. También están las necesidades culturales, que identifican una serie de inquietudes intelectuales que el hombre manifiesta a todo nivel y que le obliga a estudiar, investigar y construir todo un pensamiento científico, constitutivo de los mayores logros humanos.

El mundo de hoy, caracterizado por el abismo existente entre capacidad

técnica y fuerza moral, necesita perentoriamente una línea de conducta capaz de estructurarlo y de sentar las bases para la solución de sus apremiantes problemas como son las situaciones en las que el hombre se ve reducido a ser un simple medio, un instrumento, cuando deja de ser él mismo y extraña sus propias cualidades en algo externo de él, cuando el hombre no puede ser libre por múltiples circunstancias, que es lo que los filósofos llaman alineación.

La cosificación o alineación es un proceso complicado que puede abarcar todas las manifestaciones de la vida humana y enraizarse, incluso, en estructuras e instituciones. En esta situación nos sentimos tratados como cosas y no como personas. En la medida que vamos perdiendo la vida interior nos vamos encontrando en la situación de cosificación. La división del trabajo cada vez más compleja aliena al obrero de sus facultades creadoras y, por consiguiente lo disminuye como ser humano.

El capitalista paga a cada obrero su fuerza de trabajo individual y percibe más de lo que ha pagado, la mayor productividad de la organización del trabajo era posible, precisamente, por la división, la clasificación y el agrupamiento de los obreros según sus funciones específicas. Se dá a la organización todo lo que se quita al obrero en cuando a habilidad artística capacidad creadora y facultad reflexivas.

Las deficiencias del segundo se convierten en las virtudes de la primera. La organización se ha enriquecido como totalidad alineando al obrero de

sus facultades individuales. El proceso que comenzó en la cooperación simple, donde el capitalista representaba para el obrero el poder y la voluntad del trabajo asociado, se hizo más pronunciado en la manufactura, que redujo al obrero a la condición de trabajador parcelario.

Otro de los problemas que afecta a nuestra sociedad es cuando aparecen los grandes conglomerados originado en el explosivo crecimiento demográfico y en la concentración de la población en centros urbanos produciendo la pérdida de la identidad pues las personas se desconocen entre sí, careciendo, por tanto, de preocupación por la solución de los problemas comunitarios.

El anonimato y el aislamiento se acrecienta (las grandes multitudes y el estilo multifamiliar de las construcciones) generan una forma de vida impersonal, comportamientos masivos inducidos controlables por los poderosos medios de comunicación social. Cada individuo se ve sometido todos los días a miles de presiones y sensaciones. En las grandes urbes el individuo se siente completamente solo caminado en medio de las grandes multitudes.

También hay clases sociales que no son tenidas en cuenta en participación de los beneficios que otorga vivir en sociedad. Ellos no participan de las responsabilidades que exige elegir y ser elegido. La opresión de carácter económico y político (especialmente) constituyen una negación del hombre como fin, es decir, como persona. La angustia

vital producida por el hambre, desnutrición, mortalidad infantil, desempleo, analfabetismo, insalubridad.....favorecida en muchas ocasiones por regímenes que acuden a esquemas dictatoriales.

En la actual estructura de la empresa capitalista, el capital camina por su lado y el trabajo por el otro, originándose un divorcio. Esto genera un sometimiento del trabajo y de quien lo realiza con respecto al capital y a quien lo maneja o administra, generando situaciones de injusticia y de pendencia..

En Colombia y en Latinoamérica todas estas situaciones se dan en una forma --
mucho más cruel. Dentro de las zonas marginales de Cartagena se destaca la zona Sur Oriental, ubicada alrededor de la Ciénaga de la Virgen o de Tesca la cual sufre un gran deterioro ecológico por su condición de vertedero de desperdicios que emanan de las cañerías de la ciudad, es una de las zonas más extensas de invasión.

La zona Sur Oriental sigue creciendo aceleradamente; con un gran volumen de viviendas espontáneas, faltas de servicios públicos entre otros de sus problemas.

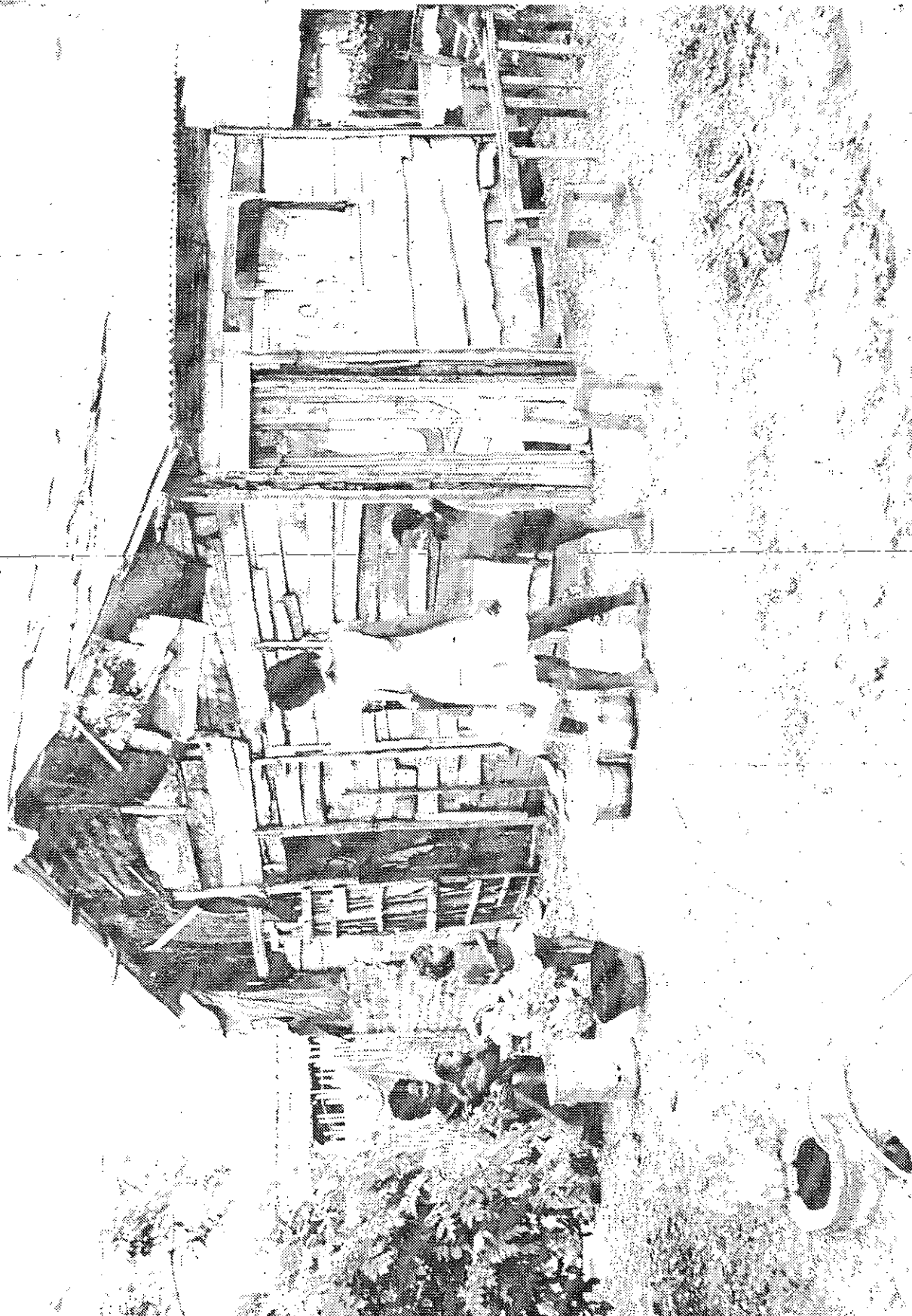
En estas circunstancias, vale la pena preguntarnos, si los planes de desarrollo que siguen en Cartagena, contribuyen al mejoramiento o al deterioro de las condiciones de marginalidad en que viven hoy las familias de la zona Sur Oriental? El barrio Rafael Nuñez, es uno de los 18 barrios que conforman la zona Sur Oriental del área urbana de Cartagena. Ubicada hacia el Centro

de esa misma zona y bordeado por la Ciénaga de la Virgen o de Tesca. Este barrio es cortado hacia el centro por el amplio caño del Tabú, nombre adjudicado por sus pobladores, uno de los cuatro caños más grandes que atraviezan la zona Sur Oriental. Además de ser vertedero de las aguas negras de la ciudad, también lo es del área hospitalaria más cercana al barrio, es decir de los hospitales Universitarios y San Pablo (Ver ilustraciones).

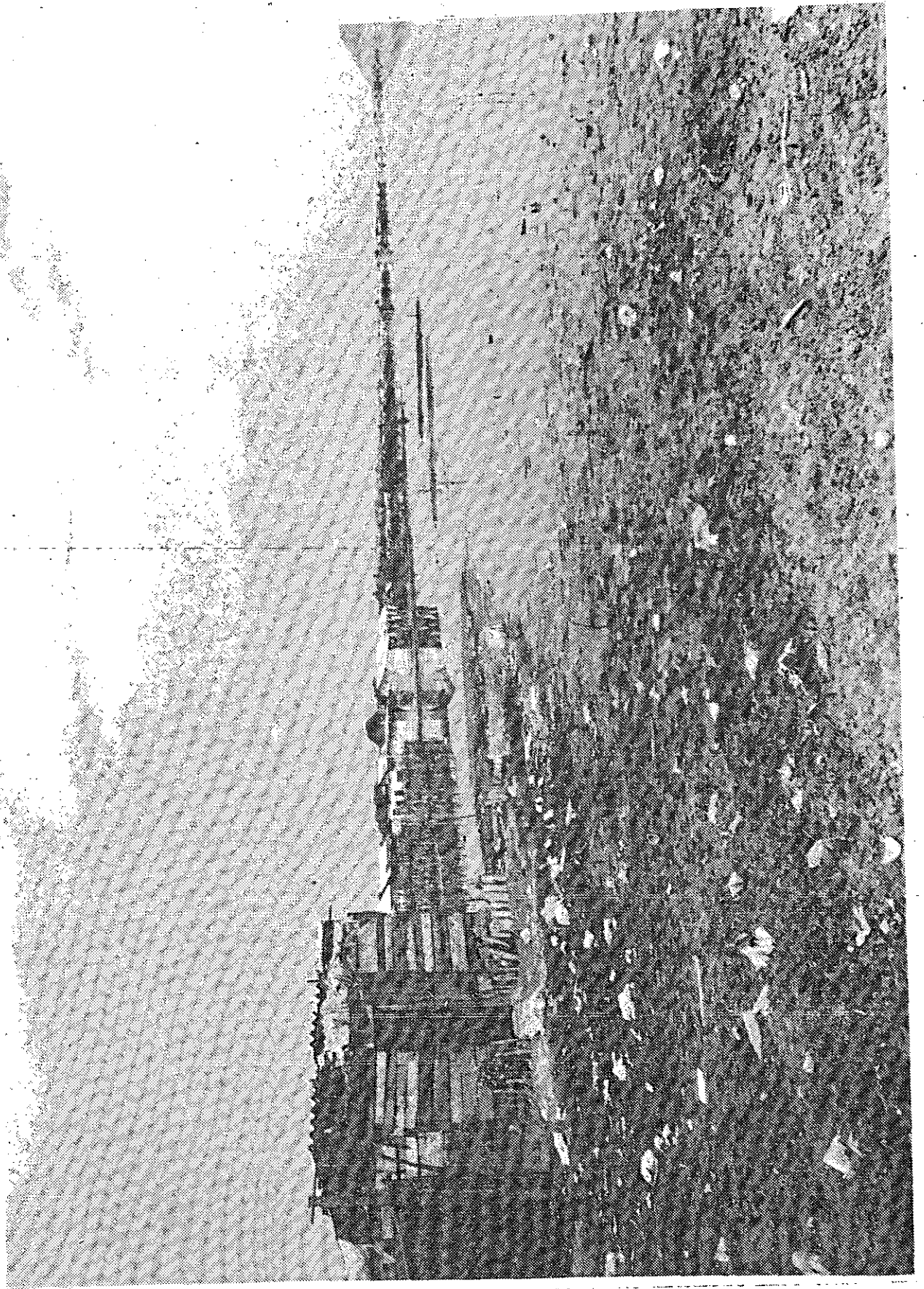
Otro problema que afecta negativamente nuestras situaciones es el individualismo (egoísmo) que impide, que destruya todo proceso o intento de fraternidad, solidaridad, de comunicación (diálogo) y superación comunitaria. Cada hombre (generalmente) se ubica como si fuese el único ser humano que existe (especie de ídolo) y los demás (según él) deban ser manejados instrumentalizados utilizados para sus intereses egoístas, de avaricia, de codicia.

Tratamos de generar relaciones que irrespetan, que desprecian, desconocen la dignidad humana. Esto genera violencia, muerte, opresión por parte del más fuerte, del más astuto. Es una actividad cerrada, generadora de muerte y no de vida.

Estas concepciones han originado en América Latina situaciones de injusticia que no podemos ignorar. El comportamiento del conquistador (en general) no fué el más justo de acuerdo con la dignidad del indígena. El conquistador sólo le interesaba el oro, la plata y los metales preciosos. Esta les enceguecía para poder valorar otros campos como eran relacionados con toda la cultura de éstos pueblos. Las relaciones que establecieron fueron de dependencia y no de fraternidad, solidaridad diálogo de integración como estaban llamados, pues venían de una cultura cristiana, católica. El hombre de Europa frente al hombre de América le consideró inferior, incapaz de producir cultura, de gobernarse por sí mismo.



22



El blanco u hombre Europeo inculcó en nuestro indígena y después en el mestizo su superioridad, generando, desde ese momento el complejo de inferioridad que todavía hoy sufrimos y manifestamos constantemente al aceptar modelos y criterios foráneos, despreciando lo auténticamente nuestro como malo, carente de valor.

La dependencia originada, desde el momento mismo de la conquista hasta nuestros días han sido factor decisivo de una mentalidad negativista frente a nuestra realidad. No queremos aceptar lo nuestro, sino buscar lo foráneo, únicamente por ser extraño a nosotros mismos. Esto ha favorecido un proceso histórico en que hemos ensayado modelos surgidos en otras latitudes con los consiguientes fracasos.

La dependencia genera servidumbre, servilismo, subdesarrollo mental y material. Hoy estamos esclavizados por el sentido consumista satisfacemos todo menos las necesidades fundamentales.

Cada país, si de veras aspira a ser auténtico y aspira a resolver sus problemas, tendrá que inventar modelos propios de vida y desarrollo. Lo paradójico o contradictorio está, con frecuencia en que la invención exige la reinventación. Es menester que cada país, cada hombre se tome el trabajo de reinventar, por cuenta propia, todo lo importante que otros ya habían inventado. A partir de esta recreación vendrá la originalidad y el mejoramiento novedoso e ilimitado.

La empresa comunitaria es un modelo auténticamente colombiano. El modelo propio es el que rige la vida de un país en cualquiera de sus aspectos, cultura, políticos, económicos, social, jurídico, estético.. conformando los medios de que dispone con los fines que se propone conseguir, según su vocación natural, moral e histórica. Es decir según una razón de bien común. Modelo propio es aquel que se adecúa al ser de uno mismo y para ello, debe ser pensado y concebido desde uno mismo. Modelo propio el basado sobre los caracteres diferenciantes de una nación determinada. Sobre las determinaciones que hacen de ella una comunidad distinta de todas las demás, Y no solo distinta, sino además, unida. intransferible.

Ahora bien, la empresa comunitaria es un modelo propio de desarrollo porque exige la conformidad con las determinaciones reales históricas concretas de nuestra comunidad política singularizada en el tiempo y en el espacio. Porque es un modelo que pertenece " en exclusividad" a nuestro país y, en cierta medida a nuestro continente Latinoamerica no que es nuestra patria grande.

Las empresas comunitarias son como un traje para nosotros hecho " sobre medidas"..Las empresas comunitarias son un modelo propio porque se trata de satisfacer necesidades reales de todos sus habitantes. Hacemos énfasis en la palabra "TODOS" para enfatizar la universalidad del bien común que no puede tolerar, ni fomentar el dualismo de población marginal y población prospera, país deprimido opulento dentro de las



fronteras de una misma nación.

Es un modelo propio porque ha de ser un modelo justo. Mejor dicho, éste es su "razón de ser". Cuando hablamos de necesidades reales nos referimos a un desarrollo integral, en el sentido de promover a todo el hombre y a todos los hombres.

El desarrollo integral cuando se realiza con modelo propio (caso de la empresa comunitaria) procede por cambios que se efectúan de adentro hacia afuera. Es un modelo propio porque se propone enrumbar la economía para que satisfaga nuestras verdaderas necesidades, recursos de acuerdo a nuestras condiciones específicas. Con las empresas comunitarias queremos tener el coraje de ser auténticos y así no conocer la "domesticidad", pero sí la alegría del verdadero progreso.

La empresa comunitaria es un modelo propio porque trata de tener presente una peculiar tradición colombiana enmarcada en una riquísima tradición latinoamericana, en lo que es ahora porque también ha sido desde el pasado; en un modo peculiar de vivir el presente y en una o menos privativa de abocar el futuro.

El hombre comunitario debe ser conciente que la empresa comunitaria es un modelo de desarrollo que puede favorecer a cualquier grupo de personas que realmente quieran promover un progreso integral, fraternal pero también deberán saber que ha sido promovido como modelo para que los

marginados, los explotados, los manificados, cosificados, deshumanizados de nuestra patria pueden ser promovidos desde sí mismo hacia la consecución de mejores situaciones de vida.

En una palabra, confiamos que todos los hombres pueden ser artífices de su propio progreso, si en vez del menosprecio les proporcionamos amor, respeto, optimismo, recursos, orientación, apoyo.

El hombre comunitario es aquel que hace de su empresa comunitaria un modelo de vida democrática, al promover verdaderamente una propiedad compartida, un trabajo compartido, una dirección compartida, y una participación en las utilidades en forma equitativa.

El hombre comunitario debe ser consciente que con la empresa comunitaria se pretende ir eliminando el complejo de inferioridad originado en la dependencia que hemos sufrido desde la misma conquista y que se ha perpetuado hasta nuestros días en todas las expresiones de nuestra realidad y valoraciones foráneas, en criterios racistas, machistas, favoreciendo un modelo de sociedad enraizado en nuestra auténtica realidad colombiana y latinoamericana, promoviendo nuestros auténticos valores y favoreciendo unas relaciones socioeconómicas-políticas y culturales de verdadera fraternidad y solidaridad, de comunicación, que permita sentirse libres para promover un progreso real e integral que favorezca a todas las personas que integran la comunidad y a la comunidad en general.

La persona comunitaria deberá sentir la necesidad de emprender el progreso conjuntamente con la mujer en igualdad de condiciones, que juntos logren un ambiente de auténtica familia. Pues, como decía algún campesino en forma sabia, afirmaba: " Las empresas comunitarias son comunidad de familias" por tanto, en las empresas comunitarias la mujer debe encontrar respeto, debe sentirse valorada y promovida en un progreso ininterrumpido.

La persona comunitaria debe pretender alimentar un espíritu comunitario integrado a un espíritu empresarial. Es decir el hombre comunitario debe ser una persona dinámica, responsable, emprendedora de nuevos y grandes progresos, capaz de superar en colaboración con otros, los obstáculos que se presenten. Capaz de crear y concretar posibilidades de progreso.

El hombre comunitario debe ser un hombre de acción de responsabilidad, de compromisos. Un hombre de fé, de esperanza y fundamentalmente de amor a una ilusión realista como lo es el hacer de Colombia un país comunitario y compartido.

La empresa comunitaria al establecer la participación equitativa en el capital, trabajo, dirección y utilidades de sus asociados, va eliminando la demigrante situación de explotación del hombre por el hombre.

El hombre y la mujer comunitaria deberá pretender con la empresa comunitaria ir generando la autentica paz como fruto de un progreso compartido con equidad al destruir en forma paulatina, las situación de violencia generada por el desconocimiento de la igual dignidad de todos los hombres.

La empresa comunitaria deberá convertirse en el gran instrumento para identificar, preparar y ubicar los auténticos líderes en las distintas corporaciones desde donde pueden favorecer la promoción y afianzamiento del espíritu y realidad empresarial comunitaria.

Con las empresas comunitarias se pretende promover la implantación de una tecnología que esté de acuerdo con nuestras capacidades humanas económicas.

El hombre y la mujer comunitaria deberán promover el desarrollo de su empresa comunitaria, buscando la integración con todas las otras existentes en la región o en el país. Pues el proceso comunitario responde a un modelo macroeconómico a nivel nacional y;posiblemente a nivel latinoamericano.

2. FUNDAMENTOS DE ANALISIS ECONOMICOS PARA LA GESTION DE LA EMPRESA COMUNITARIA

2.1. QUE ES UNA EMPRESA

La función económica de la empresa es diversa. Para el capitalista a quien pertenece, o que la ha financiado, constituye la fuente de un beneficio o de una renta.

Con respecto a su personal, representa no solo un medio de existencia sino un medio social y profesional y al mismo tiempo la ocasión de un perfeccionamiento técnico.

Con respecto a sus clientes desempeña el papel de un agente de distribución de riqueza y aplicada a satisfacer sus necesidades, les inicia además en nuevas necesidades y modos de vida más económicos y más agradables. Para la colectividad, la empresa es la célula donde se elaboran la producción y la distribución de los bienes.

La empresa, en una palabra, es ante todo un organismo coordinador de las actividades humanas, coordinación que se realiza por las puestas en marcha combinada de los factores de la producción. (Ver ilustración 16.).

2.2. METAS DEL ANALISIS ECONOMICO.

El grupo humano que se asocia para formar una empresa comunitaria debe tener claras respuestas a los siguientes interrogantes:

- Quienes van a producir -

Un grupo de personas identificadas en los principios comunitarios, que desean producir y ganar en común (Ver ilustración 17 ..).

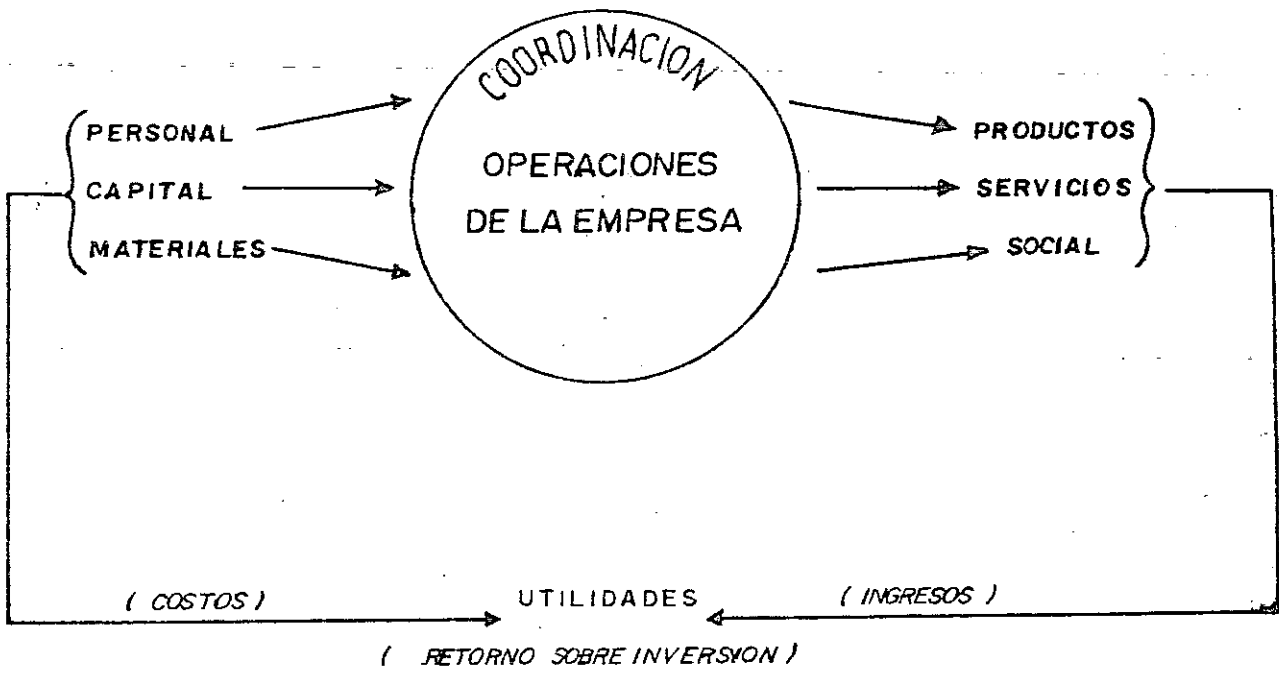
- Que se va a producir -

Bienes y/o servicios que vayan a satisfacer necesidades dentro o fuera del país.

- Como se va a producir -

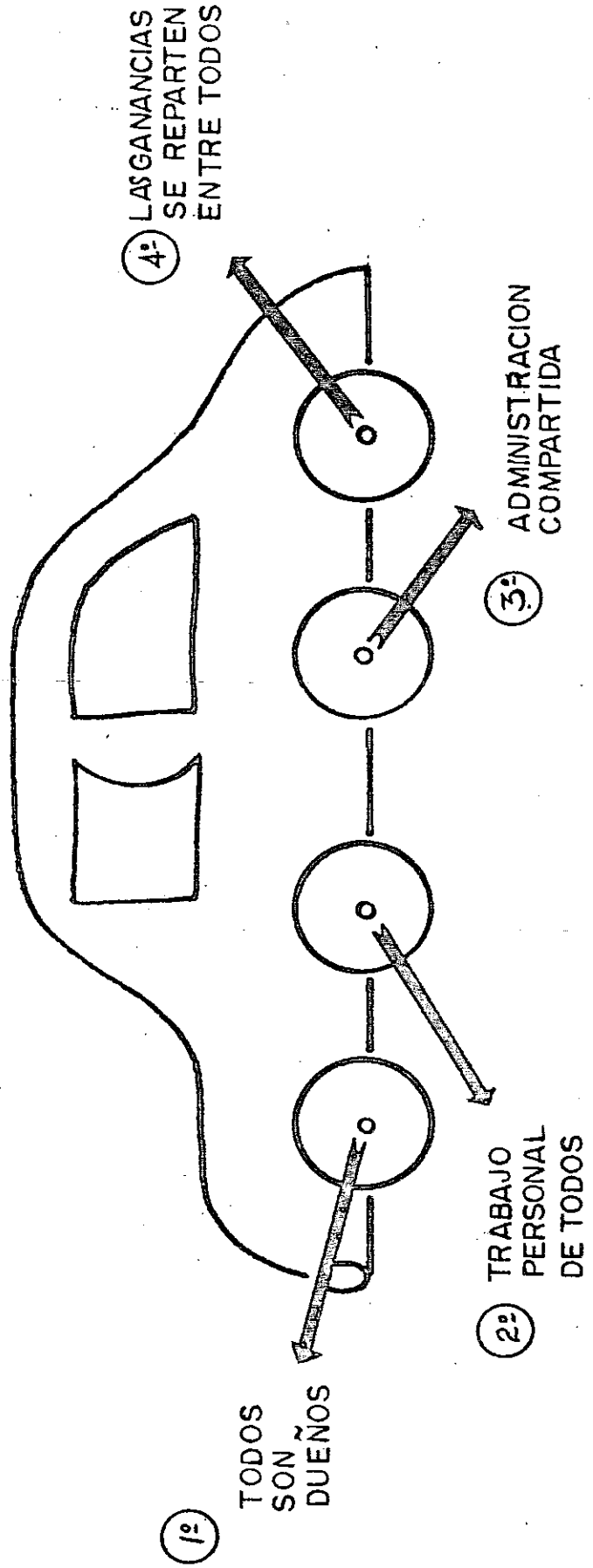
De acuerdo a las posibilidades humanas, técnicas y financieras de la empresa.

ILUSTRACION No. 2-1



ILUSTRACION No. 2-2-

LA EMPRESA COMUNITARIA



- Cuando se va a producir -

Cuando las circunstancias (disponibilidad de recursos, acceso al mercado, precios etc), sean los más favorables.

- Para quien se va a producir -

Para quienes conforman aquel sector de demanda insatisfecha o potencial del bien o servicio que se piensa producir.

- Que esperamos conseguir -

El máximo desarrollo económico y social de la empresa.

2.3. LA ACTIVIDAD ECONOMICA .

La dinámica del mundo económico establece una estrecha relación entre tres (3) tipos de agentes :

- Los consumidores
- Los productores
- Mercado

El nivel de eficiencia de la actividad de cada uno de ellos, depende en buena parte del conocimiento que se tenga acerca de las normas, leyes o factores que afectan la conducta de cada agente particular y del mundo económico en general.

2.3.1. Elementos que intervienen en el Comportamiento del Consumidor.

- A. Sus necesidades, deseos y caprichos
- B. Sus limitaciones o restricciones

A. Para subsistir y durante el desarrollo de todas las actividades de la vida diaria el individuo necesita de una gran cantidad de bienes y servicios.

A parte de las necesidades elementales o primarias (alimento, vivienda, vestido, educación, salud), cada día surgen otras nuevas que intentan satisfacer.

- B. El consumidor se enfrenta fundamentalmente a dos (2) tipos de restricciones :
 - Su ingreso
 - Los precios de los bienes y servicios que necesita

El ingreso le da al consumidor una capacidad de compra; y en general, se puede decir, que a mayor ingreso mayor será el consumo.

Los precios, permiten determinar el poder adquisitivo del ingreso y son factores fundamentales en las decisiones del individuo en cuanto al uso que hace del mismo. En términos ge

nerales decimos que a mayores precios menor consumo.

otros factores que afectan las decisiones de consumo del bien ó servicio que deseamos producir son:

- Existencia de bienes sustituto y/o complementarios y su comportamiento frente al ingreso y a los precios.
- La moda, el fenómeno "SNOB" ("SNOBISMO").
- La época del año, el clima.

2.3.2. Otros factores que afectan las decisiones de la empresa.

Todo productor debe responder los siguientes interrogantes :

- Qué vamos a producir y en qué cantidad ?
- Qué elementos productivos vamos a utilizar ?
- Cómo vamos a combinar estos elementos productivos ?

Existen fundamentalmente dos (2) períodos de análisis :

El corto y el largo plazo.

El Corto Plazo.

Es el período de tiempo en el que la dimensión (planta y equipo) de la empresa es fija.

El Largo Plazo.

Es el período en el que la empresa puede modificar su dimensión.

Propósito de la Empresa.

Luego de decidir qué se va a producir, se debe buscar la combinación más eficiente de los elementos productivos: Producir lo máximo al mínimo costo. (Ver ilustración 2.1.).

Restricciones de la Empresa .

El presupuesto, que nos dice que tanto se va a invertir en la empresa.

2.4. LOS PRECIOS DE LOS ELEMENTOS PRODUCTIVOS

A mayores precios, menor cantidad de elementos productivos podemos adquirir.

Los Recursos Productivos .

Los recursos o elementos productivos básicos son: La tierra, el Capital y el Trabajo.

La Tierra :

• Nos proporciona todos los productos agropecuarios, los minerales



la pesca, el agua etc. Es la base para la materia prima de los bienes industriales.

El Capital :

Comprende maquinaria, equipo, herramientas, inventarios, edificios y dinero acumulado.

El Trabajo :

Es el resultado del esfuerzo físico e intelectual del hombre, que con la ayuda de la tierra y el capital produce los bienes y servicios a la comunidad.

2.4.1. La Factibilidad de la Empresa Comunitaria.

Identificamos la factibilidad en el sentido de determinar la posibilidad que tenga una actividad empresarial en circunstancias futuras partiendo de las presentes.

Para eso será necesario prever y considerar las características socioeconómicas, de mercadeo, técnicos y de producción, administrativos y financieros que permitan garantizar la viabilidad de la empresa en proyecto.

De acuerdo con el objeto de la empresa, medir su concordancia

con las necesidades sociales y sus relaciones de población, cultura, costumbres; como el comportamiento económico general en sus relaciones nacionales, internacionales y las políticas que se vislumbran en cuando a precio, impuesto, comercio internacional y desarrollo económico en general.

Así por ejemplo ante la imposibilidad inmediata de controlar el contrabando de leche en polvo proveniente de Venezuela no será factible pensar hoy en su procesadora rentable de la misma índole en la ciudad de Cúcuta sabiendo que los costos nos llevarían a precios de venta mucho más altos que los actuales.

2.5. CARACTERISTICAS DEL MERCADO.

El análisis anterior nos debe llevar inicialmente a un estudio de mercado, donde delimitaremos la acción de la empresa y sus objetivos de producción su aprovechamiento y ventas. Tal estudio comprenderá básicamente los siguientes aspectos :

- Los productos a vender y sus características de diseño, calidad, empaque, uso, variaciones, etc. o los servicios a prestar y sus características.
- Los precios de ventas por productos o por servicios.
- Las cantidades a vender en el tiempo y en el espacio.
- Los canales de distribución.
- Formas de pago.

- Las características de los clientes. ubicación, aspectos ~~so~~ ^{circun} ~~circun~~ ^{economicos} ~~economicos~~ ^{coeconómicos}, hábitos de uso.
- La demanda, es decir, quién está en capacidad de adquirir los bienes o servicios de la empresa, localización geográfica de los clientes, los ingresos, patrones de uso de compras y formas de pago, los productos sustitutivos.
- La competencia, su capacidad de producción o prestación de servicio, los precios, la forma de negociación, características de los bienes o servicios y las formas de publicidad.
- Los sistemas de comercialización, para determinar las estructuras de intercambios que permiten colocar los bienes o servicios en manos del consumidor o usuario final.

En síntesis mediante el estudio del mercado en la factibilidad queremos conocer las características y oportunidades del mercado potencial de la empresa con un producto o servicio identificado plenamente, a un precio y unas formas de negociación específicos.

2.6. CARACTERISTICAS TECNICAS Y DE PRODUCCION.

Cumplida la etapa anterior se pasa a tratar lo referente a la tecnología a utilizar, materiales, recursos humanos y equipos asignados a la producción.

Estimaremos la asistencia técnica, los permisos y licencias indispensables. Será útil entonces considerar el grado de conocimientos específicos necesarios en las personas dedicadas directamente a la producción, su facilidad de capacitación y adaptación a nuevas tecnologías, cuando así lo exija el sector al que se va a dedicar la empresa.

Se requerirá definir los equipos necesarios, las condiciones de adquisición y la garantía de mantenimiento, las instalaciones y muebles y enseres.

Identificar los costos de productos a vender o servicios a prestar. Si el objeto es producir y vender uno o varios productos, determinar qué representa la mano de obra, los materiales y los demás gastos de fabricación en términos de cantidad y dinero. Entramos también a considerar las fuentes de aprovisionamiento de las materias primas y suministros. Las condiciones de calidad, precio, forma de pago y alternativas de proveedores.

Para ilustrar esta parte podemos suponer que vamos a instalar una industria panificadora: tendremos que empezar por conocer si las personas que van a formarse en empresa tienen conocimiento del ramo, la preparación y actitudes suficientes.

El equipo fundamental lo conforma el horno y otros implementos para batir y amasar, para lo cual hay que prever su mantenimiento y unas condiciones de buen funcionamiento, otro aspecto lo conforman las instalaciones donde se van a ubicar tales personas y equipos para la producción. Poder estimar la harina, la levadura, aliños, sal, azúcar, huevos, u otros que aproximadamente se consumirán en la producción y su forma de almacenamiento.

Si se garantiza el aprovisionamiento de estas materias primas, conocer los diferentes proveedores que existen, las calidades de productos que ofrecen y las condiciones de pago y de entrega.

2.7. CARACTERISTICAS ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS

Al tratar este aspecto consideramos las necesidades de planeación, organización, ejecución, control y evaluación de lo que se piensa hacer identificando con unas personas y unos recursos reglamentos y procedimientos a seguir. Un aspecto importante tanto el de financiación y para ello partiremos de los aportes de los socios y de las posibles fuentes de crédito existentes para la financiación de capital de trabajo, o de equipo, para esto ayuda mucho el presupuesto de caja o flujo de fondos que nos permitan cuantificar los ingresos de efectivo por operaciones normales, los egresos de efectivo por operaciones normales y las necesidades de financiación para ese capital de trabajo o esa inversión.

Los ingresos y pagos reales de efectivo diferirán algo de lo que se anticiparán en el plan de utilidades. Esta discrepancia puede ser resultado de:

- 1) Variación de factores que afectan el efectivo.
- 2) Circunstancias repentinas e inesperadas que afectan las operaciones.
- 3) Falta de control.

Un buen sistema de control de efectivos especialmente importante en razón de las consecuencias potenciales. Frecuentemente es posible que se tomen decisiones o se alteren políticas existentes para mejorar la situación de efectivo. Por ejemplo un cambio inesperado en las operaciones puede crear una seria escasez de efectivo, o por lo menos minimizar, la situación indeseable, en las siguientes formas :

1. Aumentar los esfuerzos de cobranzas
2. Reducir los gastos menores
3. Diferir los desembolsos de capital
4. Diferir el pago de pasivos seleccionados
5. Reducir inventarios
6. Modificar la programación de operaciones que afectan el efectivo.

Obviamente, el efecto de estas decisiones sobre la situación de efectivo depende de la oportunidad con que se tomen. Por consiguiente, es esencial que la información acerca de la posición

probable de efectivo se conozca con la mayor anticipación posible.

Asumiendo que existe una planificación adecuada, generalmente el control continuado de la posición de efectivo debe basarse en dos procedimientos .

1. Debe hacerse una evaluación adecuada y continua de la situación actual de efectivo como de la posición probable. Este procedimiento comprende la evaluación y comunicación periódica, por lo general mensualmente de la situación actual de efectivo a la fecha. Este informe se complementa con una nueva proyección de los probables flujos de efectivo futuros para el resto del período, tomando en cuenta las condiciones presupuestadas afectada por acontecimientos inesperados que no fueron anticipados originalmente; suponga, por ejemplo que al final de Febrero había un saldo real de efectivo de \$ 11000, mientras que el saldo original presupuestado fue \$ 32.000. Los factores que causan la variación desfavorable en efectivo de \$ 21.000 deben ser analizados con esmero, dando énfasis particular al probable efecto futuro. Luego, los ingresos y pagos presupuestados para el resto del año deben ser evaluados cuidadosamente y ajustados por cualquiera condiciones nuevas que puedan afectarlos. El paso final para evaluar la probable posición de efectivo futuro es comenzar con el estado real de efectivo de \$ 11.000 al fi

nal de Febrero añadiéndole los ingresos presupuestados proyectados para cada período de tiempo durante el resto del año presupuestado y deduciendo los pagos presupuestarios proyectados por el mismo período. De esta forma puede desarrollarse una evaluación completamente nueva de la probable situación futura de efectivo para la alta administración. Este enfoque dinámico proporciona una evaluación presupuestaria continua de la posición de efectivo.

Esta evaluación continua proporciona control mediante decisiones de política que por la misma naturaleza de la situación, deben tomarse por adelantado para producir el máximo efecto sobre la posición de efectivo. Este procedimiento lo indicamos en la ilustración 34.

El otro aspecto del control de efectivo mantiene datos sobre la situación de efectivo diario o semanal. Para minimizar los costos de interés, para asegurar efectivo adecuado, se desarrolla una evaluación diaria de la posición actual de efectivo como lo mostramos en la ilustración 35. Este enfoque es particularmente útil cuando se tienen demandas de efectivo con amplias fluctuaciones.

Otro aspecto será el de la proyección en sí de las utilidades y el establecimiento de parámetros de control de esas actividades para esto también nos valemos de índices o medidores y entre

INFORME MENSUAL DE LA SITUACION DE EFECTIVO

COMPANIA X

AL 31 DE MARZO DE 19XX

SITUACION REAL DE EFECTIVO ACUMULADO PROYECCION DE LA SITUACION DE EFECTIVO PARA EL RESTO DEL AÑO

MES DE MARZO 1 ENERO 13 MARZO ABRIL MAYO JUNIO 3er TRIMESTRE 4to TRIMESTRE

INGRESO EN EFECTIVO

DOCUMENTOS POR COBRAR

PAGARES COMERCIALES POR COBRAR

VENTAS EN EFECTIVO

OTRAS FUENTES

TOTAL ENTRADAS EN EFECTIVO

PAGOS EN EFECTIVO

MATERIAS PRIMAS

DOCUMENTOS POR PAGAR

CUENTAS CORRIENTES

DIVIDENDOS

OTROS PAGOS

TOTAL DESALIDAS DE CAJA

SITUACION DE EFECTIVO INDICADA POR LAS OPERACIONES.

FINANCIACION NECESARIA (Neto de intereses)*

A CORTO PLAZO

A LARGO PLAZO

TOTAL

SITUACION DE EFECTIVO INDICADA (DESPUES DE FINANCIACION)

* Indica pago de la deuda.

59

ILUSTRACION No. 2.4

INFORME DIARIO DE LA SITUACION DE EFECTIVO
CIA Y

PARA EL MES DE _____

ENTRADA DE EFECTIVO		SALIDA DE EFECTIVO								
FECHA	DIA	SALDO CON TINUIO DE EFECTIVO	TOTAL DE EN TRADAS DE EFECTIVO	COBRO DE DOC. POR COBRAR	OTRAS FUEN TES DE EFEC TIVO	TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	PAGO DE PA SIVOS CORRI ENTES	NECESIDADES DE NOMINAS	GASTOS DE OPERACION	OTROS DESEMBOLOS
1	JUEVES									
2	VIERNES									
3	0									
4	0									
5	LUNES									
6	MARTES									
7	MIERCOLES									
8	JUEVES									
9	VIERNES									
	ETC									

SALDO FINAL DEL MES

REAL

VALOR \$ _____

SALDO DIARIO PROMEDIO **

PRESUPUESTADO \$ _____

VALOR \$ _____

SALDO DIARIO PROMEDIO *

\$ _____

* Dia no habit ** Basado en el número de días hábiles del mes.

esos tenemos que conocer el punto de equilibrio, es decir, el momento en que la empresa no predice ni utilidad ni pérdida para saber de ahí en adelante cuántas son las unidades adicionales a vender y obtener utilidad esperada. (Ver gráfica 36).

EJEMPLO:

PUNTO DE EQUILIBRIO, PRODUCCION DE PANELA

Tenemos unos costos :

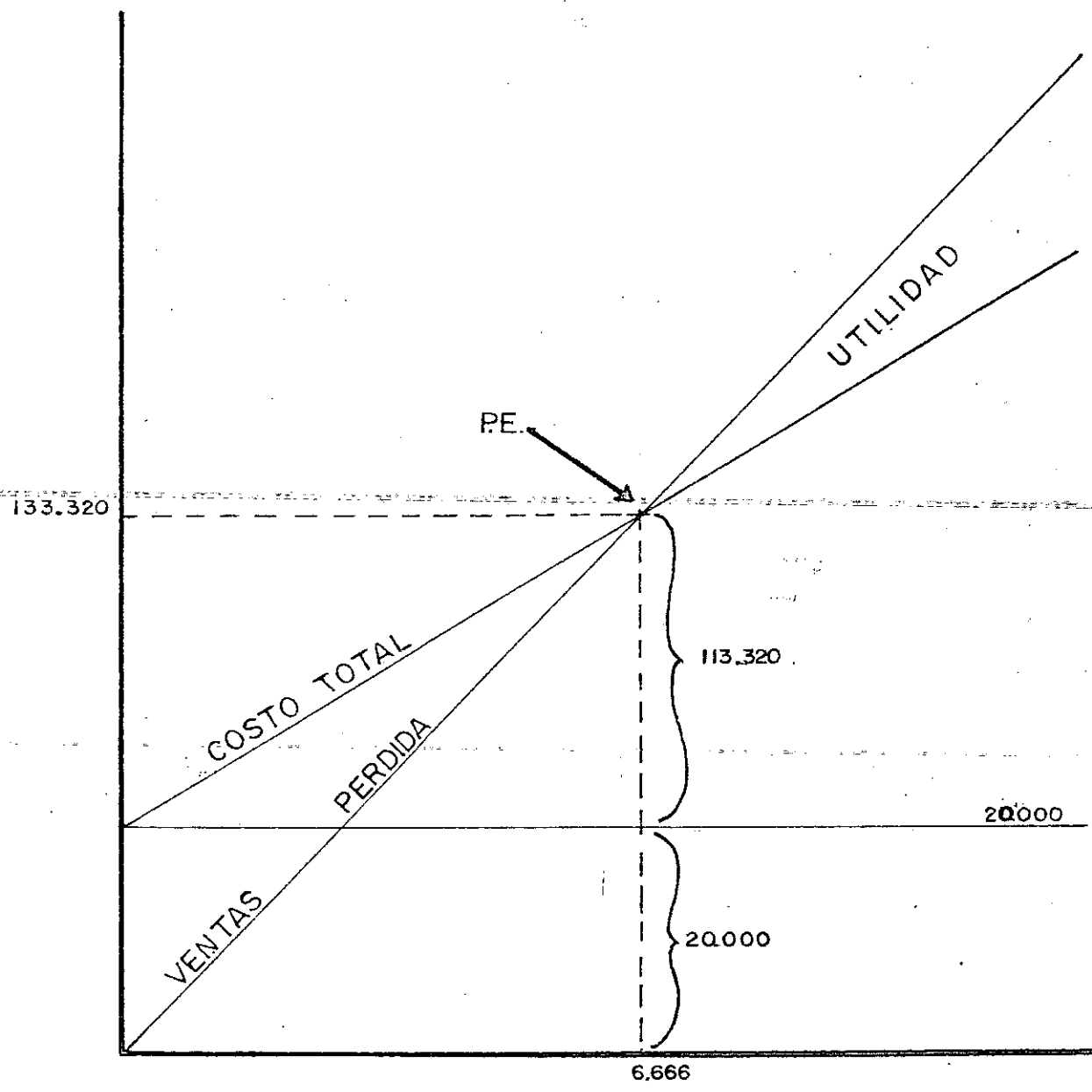
- ~~\$ 10.00~~ = Por materiales
- \$ 5.00 = Por mano de obra
- \$ 2.00 = Por gastos de producción
- \$ 17.00 = Costo de producción del producto

COSTOS FIJOS :

Gastos necesarios que se deben efectuar así no se produzca ni una unidad Ejem:

Arriendo	\$ 5.000.00	(Así se tenga cerrado el negocio)
Tarifa de Servicio	\$ 5.000.00	(Así no se venda un producto ni se produzca una unidad)
Administración	50073	
(Salario)	\$ 5.000.00	(Todos estos valores se han
Otros gtos F.	<u>\$ 5.000.00</u>	tenido que desembolsar sin
Total Gtos Fijos	\$ 20.000.00	que produzcan una unidad).

GRAFICA No. 2-2



Cuántas unidades hay que venderse para cubrir los gastos fijos y el negocio no pierda ?

Tenemos que saber cuanto ganamos por cada unidad. Entonces :si la vamos a vender a un precio unitario de \$ 20.00 la utilidad será de \$ 3.00.

Que unidades tenemos que vender a este precio para que absorva estos \$ 20.00 de costos fijos ?

Dividimos los costos fijos entre la utilidad unitaria = \$20.000
dividido 3 = \$6.666 unidades que hay que vender. Si no se vende, estamos perdiendo.

Por eso es importante saber el punto de equilibrio en una empresa. A medida que vamos controlando el N° de unidades detectaremos el momento en que nos estamos acercando a un punto de equilibrio. Ejem: si se está acabando el periódico y vamos por debajo del número de unidades hay un estado de alerta, no estamos vendiendo las unidades suficientes para cubrir los costos fijos y cuando no se cubren los costos fijos, empezamos a perder. Vale la pena conocer ese punto de equilibrio en el sentido de saber cuáles son las unidades mínimas que hay que vender por lo menos para no perder. No es para un estado de conformidad sino más bien un dato de control.

INGRESOS POR VENTA

UNIDADES VENDIDAS (6.666) a \$ 20⁰⁰ la unidad \$ 133.320.00

COSTOS	FIJOS	VARIABLES	
ARRIENDO	5.000		
TARIFA DE SERVICIO	5.000		
ADMINISTRACION			
SALARIO	5.000		
OTROS	5.000		
MATERIALES		66.660	
MANO DE OBRA		33.330	
GASTOS DE PRODUCCION		13.330	
TOTAL	20.000.00	113.320.00	133.320.00
UTILIDAD			\$

3. COMERCIALIZACION

El comité de definiciones de la Asociación de Mercadeo, define la comercialización como la " Planificación y supervisión necesarias en el mercadeo de cierta mercancía o servicio en los diferentes lugares, ocasiones, cantidades y a los diferentes precios que mejor contribuyan al logro de los objetivos de la firma ".

Debe anotarse que la palabra comercialización ha adquirido muchos significados diferentes y que la definición anterior no es universalmente aceptada. El elemento fundamental del concepto, sin embargo, es siempre la coordinación de la oferta y demanda. El término " Comercialización " se usará para describir la planificación y administración necesaria para obtener una coordinación óptima entre la disponibilidad del producto y la demanda corriente.

En el proceso de comercialización de un producto, el primer elemento que se considera es el producto mismo. ¿Cuán deseable es el producto en el mercado? ¿ cómo se compara con los productos competidores ? ¿ qué lealtad puede obtener el consumidor?

De acuerdo a la deseabilidad del producto, debe entonces considerarse el volúmen de la demanda, para determinar en que cantidades se debe producir o comprar. Esta planificación cuantitativa de la oferta, a la luz de la demnda anticipada, es de suma importancia; independientemente de que el producto sea de consumo ó industrial.

El siguiente ingrediente a coordinar es el tiempo y lugar. Toda empresa se ve obligada a anticipar el momento en que la demanda se producirá y a prepararse para satisfacerla en ese momento.

Firmas cuyo mercado es geográficamente extenso encuentran el problema ~~adicional de la logística en términos de lugar~~ y se ven obligadas a planificar la ubicación de sus plantas de producción y distribución de acuerdo a estas consideraciones. De nada sirve producto disponible en cantidades suficientes en el momento adecuado si se hace imposible moverlo con la necesaria rapidéz al lugar donde se produce la demanda por él. Cualquier firme con una línea de productos razonablemente compleja y un mercado algo heretogéneo, se enfrenta a consideraciones logísticas muy complicadas al desarrollar una estrategia que optimice la satisfacción de sus mercados.

La comercialización es pués, la coordinación de la oferta de la firma con la demanda corriente, que permita transformar los pronósticos de mercado en ventas realizadas. En términos generales, la comercialización son procesos necesarios para mover los bienes, en el espacio y en el tiempo del productor al consumidor.



En economía, no existe una distinción tajante entre producción y comercialización; ambos procesos son productivos si hacen a los bienes y servicios más capaces de rendir satisfacciones o de satisfacer necesidades, cambiándolas de forma o haciéndolas más fácilmente disponibles.

Los bienes sirven de muy poca cosa a menos que se pongan a disponibilidad del consumidor en la forma, en el tiempo y en el lugar en que está dispuesto a pagar por ellos. En la práctica, la comercialización incluye la investigación de mercado para descubrir lo que desean los consumidores, pruebas de comercialización para saber si lo que se ha producido ha interpretado precisamente sus necesidades, publicidad para informar que se encuentran disponibles para ellos e intentar persuadirlos para que prueben la distribución de muestras, demostraciones en centros locales o en el hogar del consumidor, la venta al por mayor para poseer suministros en cantidades para su distribución a los detallistas y a la venta al por menor poseyendo suministros en pequeñas cantidades para vender al consumidor final.

Se han producido muchos cambios en la estructura de la comercialización a partir de la segunda guerra mundial. La comercialización se ve influida por variables externas que generalmente no son controlables por los integrantes de una empresa.

Variables como la :

1. Demografía -

Especialmente importante para la empresa debido a que las personas (junto con el dinero para gastar y la voluntad para gastarlo) son los que constituyen los mercados Ej: si la población crece a un ritmo muy lento y las implicaciones para la comercialización son significativas influyen en la demanda de ropa, muebles y juguetes para bebe.

En general los factores demográficos afectan los sistemas de comercialización pero existe una ventaja que son los pronósticos demográficos, por lo menos por unos cuantos años, puedan hacerse con un alto grado de exactitud.

2. Condiciones Económicas -

Las personas solas no constituyen un mercado. Deben tener dinero para gastos e intenciones de gastarlo por lo tanto el ambiente económico es una fuerza significativa que afecta la comercialización de cualquier empresa como también las tasas de interés, oferta de dinero, inflación de precios y disponibilidad de crédito.

3. Fuerzas Sociales y Culturales -

Una raza es una división principal del género humano caracteriza

rasgos

do por rasgos físicos hereditarios. Los rasgos que diferencian los grupos humanos son, teóricamente tan numerosos como lo son las medidas y las observaciones factibles en el cuerpo humano. Ej: la pigmentación, que ha desempeñado un papel preponderante en la designación racial, ya que durante muchos años fué el único empleado.

Todos los aborígenes de América, diríamos que se han distribuido alrededor del pacífico. Los rasgos que destacan a una raza de otras se transmiten por herencia. Lo que significa que esas características son hereditariamente estables.

Los miembros de una sociedad no tienen igual acceso a todos los patrones (estandarización de la conducta, sugiere que en una sociedad dada hay formas acostumbradas de hacer la mayoría de las cosas que se hacen). Incluso en una sociedad pequeña y homogénea la cultura está en cierto modo parcelada, como quien dice. Diferentes tipos de individuos, especialmente según el sexo y la edad se espera que sigan determinados patrones que se consideran adecuados para su grupo.

Cuanto mayor es el número de grupos sociales reconocidos tanto más elaborado será el sistema de ligazón entre el grupo social y el núcleo de patrones.

Algunos patrones pueden ser para todos, como suele pasar con la lengua, mientras que otros tienen una distribución, limitada de acuerdo con
a) lo que se considera apropiado para determinados grupos sociales y,
b) lo que de hecho está a su disposición.

Los individuos de una sociedad o subsociedad comparten un gran número de creencias de diversos tipos. Hay creencias relacionados con los fenómenos empíricos, como los objetos físicos y organismos no humanos, personas y/o personalidades, grupos sociales (colectividades) y objetos culturales (o sea objetos hechos o alterados por el hombre). Hay también creencias relacionadas con lo no empírico como la filosofía, las ideologías, lo sobrenatural, atributos y procesos.

Cada cultura manifestará todos los rasgos que hemos estado discutiendo (patrones, símbolos, creencias, valores, temas y visión del mundo) y otros muchos a los que no nos hemos referido. Desde el punto de vista de la antropología, toda sociedad humana puede ser descrita en términos de su cultura peculiar; todas las sociedades humanas tienen cultura.

Las poblaciones humanas se agrupan y a los grupos más grandes más estables y más autosuficientes, les llamamos sociedades. Cada una de estas sociedades puede ser descrita en términos de su tamaño, de su localización, de los ajustes del hombre a la tierra, de las redes y frecuencias de las interacciones entre los miembros, y de otros atributos semejantes.

Cada sociedad puede ser descrita también en términos de las formas de vida peculiares aprendidas, compartidas y transmitidas por sus miembros es decir, puede ser descrita en términos de su cultura. Se encontrará que los miembros de cualquier sociedad dada "practican" una forma peculiar de vida, que son portadores de una cultura.

Aunque la selección es una expresión individual, el individuo es producto de la cultura en que vive. Las reacciones y las compras del consumidor pueden tener un carácter individual, pero se encuentran fuertemente matizadas por las numerosas fuerzas que la rodean. Por ende, el plan de mercado debe estar de acuerdo con los valores de las culturas de la cual el consumidor recibe sus estímulos.

Los estudiosos del mercado deben estar de acuerdo con los valores de la cultura de la cual el consumidor recibe sus estímulos. Los estudiosos del mercadeo han reconocido esta relación entre el mercadeo y la cultura y han aceptado la necesidad de incluir en sus estudios la psicología, sociología y antropología, si requiere desarrollar el mercadeo el punto de convertirlo en ciencia. La lógica de esta posición reside en el reconocimiento de que la conducta actual del individuo es producto del pasado y de que es posible entender mejor la psicología contemporánea de comprar si se entiende la evolución de esta conducta.

La selección en el mercado es pues un proceso dinámico que se adapta a la cultura en que toma lugar. El mercadista logrará una estrategia

más efectiva si reconoce el carácter dinámico de la cultura y los patrones que caracterizan este dinamismo.

4. Fuerzas Políticas y Legales -

Los procesos políticos, legales de la sociedad afectan considerablemente el comportamiento de una empresa. La legislación, en todos los niveles ejerce más influencia sobre las actividades de una empresa que en cualquier otra área de sus operaciones. Se piensa, en este sentido, que el pueblo continuará prefiriendo más control gubernamental de la sociedad y la economía, continuando así la tendencia del pasado medio siglo.

Respecto a esto existe una excepción en cuanto a que las fuerzas macroambientales no son controlables por la administración. En casos limitados en el área político-legal, una empresa por medio de una asociación comercial o representantes ante la legislatura, puede tener influencia para formar alguna ley o reglamento de alguna oficina gubernamental.

5. Clima -

El clima ejerce considerable acción sobre el hombre en tanto que el habitante de suelo cálido casi puede prescindir del vestido y no necesita sino frugal alimentación que adquiere sin mayor esfuer

zo, el clima frío se halla sujeto a mayor fatiga para procurarse vestido, abrigo y alimento. Esta variable también se tiene en cuenta para comercializar un producto ya que el clima influye en las necesidades de las personas.

6. Topografía -

La topografía es una variable que influye puesto que si la empresa es de servicios se encuentra a menudo geográficamente dispersa, ya que un servicio no puede ser almacenado y transportado, debe producirse en el lugar de consumo, o bien, el cliente debe ser llevado hasta el servicio.

Esto da lugar a una dispersión en las instalaciones de servicios. Ejemplo: tiendas, peluquerías, hospitales etc. Por el contrario, los productores de bienes pueden centralizar sus operaciones porque sus productos pueden ser embarcados hasta su destino final, respecto a esto hay que tener en cuenta la clase del bien, si es perecedero o no, la ubicación y el transporte.

7. Competencia -

En casi todos los sistemas socio-económicos, la competencia es una fuerte fuerza ambiental que hay que considerar. Las personas básicamente compran la satisfacción de deseos en la forma de beneficios

de productos o servicios. Debe tenerse en cuenta la estructura de los costos, políticas para determinar precios, prácticas generales de promoción y operación.

También se debe estar alerta constantemente a la amenaza potencial de que algunas empresas comercialicen productos o servicios sustitutos. Al analizar estos aspectos se tiene en cuenta la venta del producto y para vender el producto hay que segmentar el mercado.

Un segmento lo conforman un grupo de personas con características comunes significativas o notorias en cuanto a un mercado, entre muchas teorías, existen dos (2) tendencias conceptuales principales.

- a. La primera sostiene que en el mercado existe un nicho para cada producto, es decir, que cada bien o servicio tiene su forma, como cada pié su zapato. La función de la empresa es entonces, descubrir tal nicho o ambiente.
- b. La segunda teoría propugna por cambiar los criterios demográficos con otros, como las motivaciones, valores personales, actitudes, preferencias, ubicación regional o sea los aspectos que vimos anteriormente.

La segmentación es la subdivisión en grupo homogéneo de clientes, cada uno de los cuales puede señalarse como mercado meta. El mercado meta se refiere a un sector, cada uno de los cuales posee un requisito específico. Entre los parámetros de segmentación se encuentran :

1. Segmentación por Valores -

Es un factor económico y hace referencia al precio. Aquí se ubican los individuos que compran por economía, a quienes el precio de un artículo les brinda realce personal y personas que pretenden comprar el mejor producto por el dinero de que disponen en un momento dado.

2. Conceptos Estéticos -

Preferencias de estilos, clase, tipos, modas etc.

3. Susceptibilidad al cambio -

Esta presionado por la moda, por el cambio de clima ó por la tendencia general del mercado. Aquí interviene en forma de terminante la publicidad.

4. Segmentación por Finalidad -

Obedece el objetivo que los consumidores tienen, de acuerdo con esto, se hace el enfoque y se elabora la estrategia de comercialización.

5. Características Tecnológicas del Producto -

O sea las virtudes que un productor debe tener para que lo pueda adquirir un consumidor.

6. Conocimientos del Producto -

~~Algo que esté al alcance de determinado grupo y que él lo encuentre en tienda para que lo acepte.~~

Cuanto mayor es el crecimiento del volumen de un mercado, tanto más diferenciados se vuelven los deseos y conceptos de los consumidores relevantes. Cuanto más tiempo ha permanecido un producto en el mercado, tanto más exigente se mostrará el comprador potencial en que satisfaga su situación, y tantos más deseos tendrá que sean satisfechos.

Ejemplo: Cuando fue inventado el automóvil, los primeros compradores se mostraban orgullosos y felices si su vehículo se movía por su propio impulso, aunque los propietarios aún no estaban protegidos contra el tiempo inclemente en forma alguna.

Ford pudo proporcionar un automóvil estandarizado en un color estanda

rizado en los primeros días del automóvil. Pero hoy los fabricantes de automóviles no solo han de ofrecer tamaños de automóviles sino también todo un conjunto de variaciones dentro de los modelos individuales respecto a combinaciones de colores, motores, carrocería y equipo, a veces hasta el extremo de que invierte de nuevo la producción en masa a productos hechos de encargo.

La situación es muy similar en muchas otras áreas, por ejemplo los televisores. Aunque los primeros propietarios quedaban satisfechos si su aparato reproducía una imagen bastante clara y un tono decente, muchos compradores buscaban hoy grandes unidades en color en consolas hechas de una clase especial de madera con un tipo específico de acabado y control remoto sin cable.

Esta nueva conciencia y confianza del consumidor en sí mismo es resultado por una parte de un conocimiento más íntimo del producto al estar comprándolo una y otra vez o, por lo menos para los gastos mayores, cierta comparación hecha en los lugares de venta. Por otra parte, su nueva conducta se debe a aspiraciones más altas en el marco de un nivel de vida constantemente creciente.

El consumidor se muestra más selectivo cuanto menos urgente es una compra inicial o de sustitución, y cuanto mayor es la cantidad de la compra.

La segmentación del mercado explica esta diferenciación de los deseos de los clientes identificando sus mercados que son más homogéneos que el mercado total heterogéneo al que pertenecen.

Segmentación del mercado significa así subdividir un mercado en grupos de consumidores que muestran claras diferencias respecto a uno o más criterios. Pero diferencias distinguibles en características o conducta no son suficientes. Las diferencias sólo son significativas si pueden ser lucrativamente explotadas ofreciendo productos diferenciados. La diferenciación de los productos es, por consiguiente, un requisito general para la segmentación del mercado.

El mercado de un producto puede ser segmentado si se compone de dos (2) o más compradores. La segmentación del mercado varía desde un mercado masivo de un solo producto hasta un mercado individual de múltiples productos en el que cada comprador representa un segmento diferente y el producto es hecho de encargo para satisfacer sus necesidades e ideas específicas. En muchos casos, un mercado inicialmente no dividido es segmentado en pocos submercados bajo la presión ejercida por signos de saturación. Estos segmentos han de ser claramente definibles y bastante grandes para justificar su consideración por separado.

Los criterios de segmentación socioeconómica comprenden edad, sexo, tamaño de la familia, ingreso, ocupación, educación y creencias religiosas. Algunas características de la personalidad son extroversión o

introversión, y una actitud conservadora o progresista.

Interesantes variables de conducta del consumidor son frecuencia de uso, motivos para comprar, uso final, lealtad a marcas y sensibilidad a los precios. Para nombrar un ejemplo, las personas con bajos ingresos se orientan hacia el gasto, mientras que las que perciben ingresos medios y altos tienen aspiraciones de ahorro.

Al aumentar el ingreso, cambia la elasticidad de la demanda inducida por el ingreso; y en consecuencia, los hábitos de gasto.

El porcentaje gastado en alimentos disminuye bruscamente, mientras que los gastos relativos por símbolos de prestigio y posición económica aumentan considerablemente.

La empresa comunitaria ha tenido en cuenta todos los factores anteriormente mencionados creando en esta forma un modelo netamente colombiano.

Presentamos un ejemplo como referencia de un proyecto de comercialización de una empresa comunitaria de ganado carne en canal.

PROYECTO DE COMERCIALIZACION DE GANADO-CARNE EN CANAL

LUGAR : Topaipy
ESTUDIO DEL MEDIO Centro Ganadero y Cafetero
UBICACION 100 kms a Bogotá
TRANSPORTE Camioneta Cerrada - Furgón

Justificación del proyecto :

Facilidad de adquisición del ganado

1. Es centro ganadero
2. Estar cerca de la ciudad relativamente, donde hay buena demanda y buenos precios de carnes.

ELEMENTOS O RECURSOS CON LOS QUE SE CUENTA

1. 5 Socios ganaderos cada socio aporta \$ 200.000
equivalente a \$1.000.000.00 M/cte
2. Se debe conseguir una camioneta para el transporte
en un principio serían en arriendo.
3. Potreros para el pastaje
También en arriendo - pago y no compra del terrero
4. Se tiene el matadero municipal, donde prestarían los



elementos necesarios para degollo del ganado.

5. Debe haber una mano de obra.

- 3 socios consiguen el ganado, los demás dan la mano de obra.

6. Además conseguir 3 trabajadores para el deguello.

- Por los 3 trabajadores se gastarían en mano de obra \$ 2.100.00

MERCADEO

Se compra a ojo y gancho el ganado a \$ 3.200 arroba

75 arrobas, equivalente a \$221.000.00

Equivalente más o menos a 5 animales.

VENTAS

Se vende en Bogotá (previamente han buscado los socios centros para expendios) a \$ 5.000 arroba, teniendo en cuenta que se ha comprado a \$ 3.200 arroba, quedando una ganancia en la compra de 75 arrobas en un balance final, así:

GASTOS

Pastaje \$ 1.500.00

(especificando que el ganado no dura más de 3 días en pastaje.)

Deguello 1.500.00

Mano de Obra 10.000.00

<u>Transporte</u>	\$ 28.000.00
<u>Licencia</u>	2.000.00
(con un solo viaje por semana)	
<u>Imprevistos</u>	<u>5.000.00</u>
Total gastos mensuales	61.500.00
Inversión mensual en compra de ganado	<u>884.000.00</u>
Total de gastos generales	<u>945.500.00</u>

Venta en Bogotá	\$ 1'500.000.00
Inversión mensual y gastos generales	<u>945.500.00</u>

Ganancia líquida	654.500.00
Capitalizar	<u>154.500.00</u>

\$ 500.000.00 ----- \$ 100.000.00 para cada
 socio.

Es importante relacionar las actividades con la inversión. Ese capi-
 tal que nosotros ^{vamos} vamos a invertir relacionado con las utilidades, en
 que porcentaje está, máxime cuando existe una devaluación que galopa y
 que hay otras alternativas de inversión de tipo financiero que nos dan
 la pauta de lo que es el valor del capital. Dentro del estudio de la
 factibilidad nosotros tenemos que conocer muy bien el costo de capital
 en ese momento dado; es decir lo que vale financiarse uno a un % prome-
 medio en caso de que la inversión sea de \$ 1.000.000 x 0.03% = 30.000.00;

comparado con la rentabilidad mensual justifica esa inversión.

4. COMO ORGANIZAR UNA EMPRESA COMUNITARIA

Una empresa comunitaria es una organización compuesta por un grupo de personas que se han unido para crear su propio empleo. Conseguir ingresos suficientes, prosperando unidos, no solamente en el aspecto económico, sino trabajando como un grupo de amigos para servirse y ayudar se unos a otros. Dentro de esta concepción a más del aporte en el trabajo son necesarios otros recursos materiales y financieros.

Una empresa comunitaria es, a la vez, una unidad de producción de bienes o de servicios. Un bien es una unidad tangible, puesto que los bienes son de naturaleza física, pueden almacenarse y transportarse. Un servicio es de naturaleza intangible, un servicio puede definirse como algo que se produce y se consume en forma más o menos simultánea toda vez que el servicio es intangible, no es susceptible de almacenamiento o transporte. Un producto puede ser un bien o un servicio o ambas cosas. El producto es el resultado de una operación.

Dado que los servicios son intangibles, los productores de servicios

difieren de los productores de bienes en aspectos importantes sobre el desarrollo de las operaciones. Un servicio puede visualizarse como un producto extremadamente perecedero; no puede tenerse en inventario para ser usado en el futuro. Por ello, la entrega de los servicios constituye un problema especial en cuanto a volumen de inventario y planeación de la capacidad. El productor de servicios necesita instalar la capacidad adelantándose a la demanda, es decir, debe contratar empleados, construir las instalaciones e instalar equipos.

Sí la demanda no se materializa, la capacidad se desperdicia y se incurre en costos muy elevados. Por otra parte un productor de bienes puede usar la capacidad actual para producir un inventario de bienes que pueda consumirse en períodos futuros.

Como el servicio es intangible, los clientes potenciales no pueden evaluar la calidad de inmediato. En las organizaciones de servicios, la reputación es crucial ya que gran parte de la imagen de la calidad del servicio se trasmite de palabra. El cliente futuro con frecuencia no puede observar el producto y formarse una idea de su calidad. Por ello la reputación y la calidad constituyen problemas especiales para los productos de servicio.

Alguno por ejemplo de empresa de bienes son: una fábrica de comestibles, de calzado, de confecciones, de cría de ganado, de producción agrícola, de agroindustria etc. Es decir que involucran unos materiales, unos

equipos y una tecnología que mediante el trabajo se convierte en producto de consumo.

Empresa de servicios tenemos, por ejemplo, una empresa de vigilancia, de asesoría técnica, de mercadeo de uno o varios productos, de servicios médicos, etc. Estas involucran básicamente personas con conocimientos y habilidades para desempeñar una actividad.

Las diferencias que existen con una empresa común y corriente hasta ahora conocida principalmente son: en la empresa comunitaria, no hay patronos ni obreros, sino que todos al mismo tiempo son propietarios y trabajadores; la administración de la empresa es compartida entre todos, es decir, resuelven en conjunto lo importante, delegando la ejecución de las decisiones en los socios elegidos democráticamente para los cargos directivos; todos trabajan personalmente en la empresa y reparten las ganancias equitativamente de acuerdo con el trabajo que cada uno haya aportado.

4.1. Pasos -

Para iniciar la empresa comunitaria hay que seguir los siguientes pasos :

4.1.1. Primer Paso -

Lograr que las personas que simpatizan con la idea, tengan mucha claridad sobre los objetivos de la empresa comunitaria

y sobre las ventajas que tiene frente a otros tipos de empresa.

4.1.2. Segundo Paso -

Es el motivar a esas personas para que consideren las posibilidades de vincular sus conocimientos y su trabajo a una unidad de producción de bienes o de servicios, y simultáneamente, estén resueltos a asumir los riesgos normales que presenta una nueva empresa.

4.1.3. Tercer Paso -

Es reunirse con ese grupo y cambiar ideas sobre la filosofía y características de la empresa comunitaria y su adaptabilidad a las necesidades y posibilidades de todas las personas. Estudiar las iniciativas de esas personas acerca de las empresas que ellas pueden constituir de acuerdo a los conocimientos, habilidades y recursos de cada uno.

Cada iniciativa o propuesta debe ser estudiada a la luz de la realidad, teniendo en cuenta los recursos humanos y económicos para definir, cual es el producto o servicio que se puede producir o prestar en condiciones de buena calidad y pueda ofrecerse a precios competitivos.

Una vez organizada la empresa comunitaria, debe funcionar sola, con plena autonomía y libertad, evitando cualquier dependencia de personas ajenas, es decir, no socias.

La empresa desde el principio establecerá, claramente las actividades de cada uno de los socios de acuerdo con las características de la producción o servicio que se presenten ya sea ante asamblea, junta o comité.

Aprobado el reglamento interno y los estatutos que regulan las relaciones internas y externas de la empresa, esta buscará la forma de que sean de completo dominio y consulta por cada uno de los socios.

4.2. EL CAPITAL -

El capital está conformado por los aportes de los socios en dinero y en especie, indispensables para iniciar la empresa. En el caso de la empresa comunitaria, dichos aportes deberán hacerse por partes iguales. Si existieran diferencias se buscará la igualación de manera que los socios sean deudores de la empresa, más no de los otros socios entre sí.



4.3. FINANCIACION -

Cuando los aportes de los socios no sean suficientes para atender el funcionamiento de la empresa, se recurrirá al crédito o entidades como bancos, corporaciones, fondos, etc. Mediante el cumplimiento de ciertos requisitos de garantía, condiciones de pago e intereses. Si se trata de una empresa comunitaria, debe demostrar su existencia legal y presentar balances y copias de declaraciones de renta de la empresa y de los codeudores.

4.4. MERCADEO -

Sacar un producto al mercado es muy importante, pero lo fundamental es poderlo vender. Para lograr su venta hay que ofrecerlo en el mercado, buscar los compradores, hacer conocer sus cualidades, también se necesita conocer bien el producto que se vende, porque tal conocimiento es una de las dos cosas más importantes para engendrar entusiasmo y para contestar con objetividad las objeciones de los clientes y para ganar confianza de los presuntos clientes.

¿ Pregunta usted cuántas cosas ha de saber de su producto para venderlo con éxito ?

En general, debe conocer :

1. La naturaleza del producto y todas sus aplicaciones, es decir, en que puede ser útil a los presuntos compradores del mismo.
2. Por qué es superior al menos en ciertos aspectos, a los productos de la competencia.
3. Los productos que venden los competidores.
4. Todo cuanto se refiere a la empresa que uno representa, su historial su situación financiera, su reputación, etc. Igualmente necesitará saber cuánto cuesta producirlo. Al saber quién vende el producto y a cómo permitirá darle un precio competitivo. Debe tenerse en cuenta también, la cantidad del producto que se puede ofrecer, condiciones de entrega (tiempo, transporte), es decir estar seguro que se puede cumplir con los compradores.

En el inicio de una empresa comunitaria es indispensable tener la seguridad de que las personas que la van a construir están suficientemente motivadas para trabajar unidas, soportarse, ayudarse y servirse unas a otras, asumiendo en conjunto los riesgos que sean necesarios.

Es indispensable que las personas que van a formar parte de una empresa comunitaria tengan conciencia de que el paso que van a dar es muy serio e importante y que por tal razón su empresa exige una administración capaz, responsable y segura de que pueda llevarla al éxito.

Presentamos en los anexos de este estudio dos formas de organización de Empresa Comunitaria Urbana.

1. Proyecto de Minuta de Escritura de Constitución de una empresa comunitaria Ltda.

Esta empresa de carácter limitada se rige por las normas establecidas en el Código del Comercio y por la ley comercial.

2. Decreto 2050 de Julio 26-85 por el cual se reglamenta el artículo 25 del Decreto 1598 de 1963 sobre cooperativas de producción y trabajo.

Las empresas comunitarias en el país que no están cobijadas por la Reforma Agraria o el Incora o sea las Empresas Comunitarias Urbanas no tiene piso legal o jurídico por lo tanto se tramitan como Sociedades Limitadas, sociedades en comanditas simples ó sociedades Cooperativas.

Dentro del marco legal se cobijan bajo el decreto 2050 del 26 de Julio de 1985 por analogía de los principios filosóficos comunales.

5. LA EMPRESA COMUNITARIA Y SU CONTRIBUCION AL PROBLEMA DEL DESEMPLEO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

Conociendo lo que es la empresa comunitaria como lo hemos mostrado dentro de este estudio, es necesario conocer la situación de Oferta y Demanda de empleos en la ciudad de Cartagena con el fin de determinar como la empresa comunitaria entraría a solucionar el problema en forma garantizada.

Por ello es necesario conocer el tamaño de la población, su estructura y la forma de participación como fuerza de trabajo para posteriormente determinar las capacidades y habilidades de esa fuerza de trabajo y en esta forma orientar las políticas y estrategias a seguir.

5.1. TAMAÑO DE LA POBLACION -

El número de personas que habitan en una ciudad es uno de los determinantes del volumen de la fuerza de trabajo ya que un segmento de dicha población la constituyen los trabajadores, desde

luego que su variación no cambiará en forma inmediata la oferta de trabajo, por cuanto se supone que una personas tiene que llegar a una edad determinada para iniciarse en el trabajo.

El tamaño de la población esta determinado por la Natalidad, la Mortalidad y la migración campo - ciudad .

De acuerdo a los censos del Departamento Administrativo de Estadística (DANE) arroja los datos que mostramos en la Tabla 1. y vemos que para el año de 1938 se registra una población de 84.937 para 1951 de 128.887, para 1964 de 242.085, para 1973 de 312.557 y para 1985 de 531.426, se evidencia que la población ha ido en aumento, pero con el grado de rapidez con que crece es diferente según el período.

Es así que mientras entre 1938 - 1951 aumenta a una tasa de 51% en el período 1951-1964 crece en un 87% y entre 1964-1973 crece en un 29% y, en 1973-1985 se incrementa en un 70% . Estos datos del comportamiento de la tasa de aumento de la población en nuestra ciudad se debe a que para el período 1938-1951 la tasa de Natalidad y Mortalidad eran altas y en consecuencia la población crece en forma lenta; en 1951-1964 se presenta un descenso en la tasa de mortalidad, especialmente la infantil, debido a mejoras en los servicios de salud y en las condiciones sanitarias en general, con una tasa de Natalidad que permanece alta y, por lo tanto, un crecimiento rápido de la población y una tercera etapa

TABLA No. 1

CARTAGENA POBLACION TOTAL

AÑO CENSAL	POBLACION TOTAL
1938	84.937
1951	128.887
1964	242.887
1973	312.557
1985	531.426

FUENTE DANE Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.

caracterizada por una baja tanto en las tasas de Natalidad como en la Mortalidad para el período 1964-1973, proceso que se acentúa entre 1973-1985.

5.2. ESTRUCTURA DE LA POBLACION -

No solo basta con conocer la población de la ciudad; se necesita conocer cual es su distribución por lugares de residencias, sexo y edad.

La distribución espacial la podemos analizar de acuerdo a la repartición cabecera y resto; esta nos dará una idea del potencial de fuerza de trabajo en la ciudad de Cartagena.

En la tabla 2 observamos la distribución de la población en el área urbana y rural. El porcentaje de crecimiento rural disminuye debido principalmente el fenómeno de la migración lo cual lleva a que el problema del desempleo sea en la actualidad mucho más significativo en el área urbana.

El desplazamiento geográfico de las personas ha obedecido a profundas modificaciones en las formas de producción agropecuaria que conducen a variaciones en las formas de acceso y uso de la tierra y en la manera de trabajo. La evolución en este sector condujo al desplazamiento del campesinado, que se queda sin sus medios de producción y subsistencia, obligandolo a convertirse en

TABLA No. 2

DISTRIBUCION DE LA POBLACION CABECERA Y RESTO EN CARTAGENA

AÑOS	TOTAL	CABECERA	RESTO	% RURAL
1938	84.937	73.190	11.747	13.8
1951	128.887	111.291	17.585	13.6
1964	242.085	217.910	24.175	9.9
1973	312.557	291.428	21.129	6.76
1985	531.426	491.569	39.857	7.5

FUENTE: DANE. *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.*

asalariado, es el desplazamiento de la agricultura tradicional por la agricultura comercial. Este proceso, unido a las expectativas de lograr mejores condiciones de vida en la ciudad, en términos de más amplias oportunidades de empleo, mayores ingresos y una situación menos precaria en aspectos como la salud, educación, condujo a que una gran parte de la población rural emigrará a las regiones más prósperas.

La segunda clasificación, importante de conocer para determinar el número de trabajadores disponibles, es la distribución de la población entre hombres y mujeres. Según cifras del DANE, en 1951 el 46,8% de la población eran hombres porcentaje que se mantiene más o menos igual en el año 1964 y 1973 y aumenta en un punto (47,7%) en 1985 (ver tabla 3). Esta distribución por sexo tiene importancia para los estudios demográficos de crecimiento de la población, tasa de Natalidad, etc. pero sobre todo para determinar la forma de participación de la población en el trabajo, por cuanto en nuestro medio hombres y mujeres utilizan su capacidad de trabajo en labores diferentes.

Por último podemos clasificar la población con base en su edad, con el objeto, primero, de concretar que segmento de la población se condera con capacidad de trabajar. Por consiguiente en esta composición por edad, uno de los datos más relevantes es el de la población en edad de trabajar referida a la población total. Aquí se presenta un juicio de valor.

DISTRIBUCION DE LA POBLACION SEGUN SEXO EN CARTAGENA

AÑOS	TOTAL	HOMBRES	%	MUJERES	%
1951	128.887	60.344	46,8	68.533	53,2
1964	242.085	113.233	46,7	128.852	53,3
1973	312.557	146.195	46,7	166.362	53,3
1985	531.426	253.938	47,7	277.488	52,3

FUENTE: DANE. *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.*

TABLA No. 3

La edad límite varía según el grado de desarrollo del país, el nivel de bienestar de la familia y las prácticas educacionales entre otros factores; en Colombia, el DANE en una encuesta que realizó en 1978 consideró que todo individuo mayor de 12 años, sin tener en cuenta un límite tope de edad, está dentro de la población en edad de trabajar. Este criterio es simplemente indicativo.

Adoptando este criterio en 1985 el 29% de la población no tenía edad para trabajar es decir, que el 71% era apta para el trabajo (Ver tabla 4).

Esto significa que las personas aptas para trabajar eran de 375.891 de los cuales 200792 eran mujeres y 175.099 hombres es decir que el 53% de la población apta para trabajar eran mujeres.

5.3. PARTICIPACION DE LA POBLACION EN LA FUERZA DE TRABAJO.

Como mencionamos antes, la población en edad de trabajar nos determina y muestra la persona que se conceptúa tiene capacidad para trabajar. ¿ Pero qué parte de la población utiliza o necesita utilizar dicha capacidad en realizar una labor ? ¿ Por que lo hace ? ¿ Qué tipos de trabajos se consideran ? ¿ En que condiciones y con que intensidad ? ¿ Las variantes de repuestas a cada uno de estos interrogantes, han conducido a di

POBLACION POR SEXO Y GRUPO DE EDAD 1985 CARTAGENA

AÑOS	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
0-11	78.839	76.696	155.535
12-17	34.109	38.136	72.245
18-24	43.192	51.703	94.895
25-34	41.187	46.479	87.666
35-44	24.920	26.268	51.188
45-59	20.031	22.690	42.721
60 y mas	11.660	15.516	26.176
TOTAL	253 938	277 488	531 426

FUENTE: DANE. *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.*

TABLA No 4

ferentes conceptos sobre lo que se considera Población Económicamente Activa y a diversas teorías sobre la fuerza de Oferta de Trabajo.

La definición de Población Económicamente Activa (PEA), utilizada en las estadísticas oficiales sobre fuerza de trabajo, es la esbozada por el DANE. Según este departamento, la Población Económicamente Activa está constituida por el conjunto de personas en edad de trabajar de uno u otro sexo, que durante el periodo de referencia de la encuesta ejercieron o buscaron ejercer una actividad remunerada en la producción de bienes y servicios y también aquellas personas que en su condición de ayudantes familiares trabajaron sin remuneración en la empresa del respectivo jefe de familia o pariente, por lo menos durante 15 horas ^a semanales. La Población Económicamente Inactiva (PEI), en contraposición, comprendería a todos las personas en edad de trabajar que no participan en la producción de bienes y servicios del mercado y que no necesitan, no pueden o no están interesadas en tener una ocupación remunerada. De acuerdo con esta descripción la Población Económicamente Activa incluiría a los ocupados y de socupados y la económicamente Inactiva estaría subdividida en la población con capacidad de trabajar (estudiantes, amas de casa, rentistas, pensionados, jubilados y otros) y la Población con incapacidad permanente para trabajar, los minúsválidos y los impedidos.



Las definiciones enunciadas consideran la oferta de trabajo o Población Económicamente Activa (PEA), entonces, en términos de la participación total de la población en trabajos sociales, con condiciones laborales relativamente estables y definidas.

Según información suministrada por el DANE, la Población Económicamente Activa, ascendía para el año de 1951 a 39.800 un 30.87% de la población total comparadas estas cifras con las calculadas para 1964 de 63.823 personas para un 26,36% de la población total, para 1973, 93.055 personas para un 29,77% del total y 228.513 personas para 1985 que representa el 43% de la población total, se evidencia que el crecimiento de la Población Económicamente Activa no solamente se da en número de personas sino que también participa en una mayor proporción con relación a la población total (Ver tabla 5).

5.4. CAPACIDAD Y HABILIDAD DE LA FUERZA DE TRABAJO

Las consideraciones hechas sobre el número de trabajadores, debe ser complementada con una serie de variables que afectan la calidad de la fuerza de trabajo. Entre estas podemos mencionar algunas de tipo demográfico como la estructura por edad y sexo de la población, factores que afectan la capacidad de la fuerza de trabajo, es decir, el límite de realización que un hombre puede alcanzar en diferentes tareas, el cual está determinado en su área sicomotriz e intelectual por la nutrición, la salud, la edad, la herencia y el medio en que se desenvuelve; y también factores

TABLA No 5

CARTAGENA POBLACION TOTAL

AÑO CENSAL	POBLACION TOTAL	PEA	%
1951	128.887	39.800	30.87
1964	242.085	63.823	26.36
1973	312.557	93.055	29.77
1985	531.426	228.513	43.00

FUENTE: DANE. *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.*

que modifican la capacidad y habilidad como son la educación formal e informal. La estructura por edad y sexo de la población determina la calidad de la mano de obra; los años de experiencia van aumentando con el tiempo de trabajo, lográndose de esta manera una capacitación paulatina de la población; este factor positivo sin embargo se ve restringido por el desgaste natural del hombre a lo largo de su ciclo de vida.

Por último, la situación de nutrición, salud vivienda y educación es desfavorable para el pueblo colombiano y afecta en forma de igual a los diferentes estratos sociales. Por tanto, la capacidad para realizar funciones laborales es diferente según el estrato económico de donde provenga el individuo.

Con base a esta información tomada del Dane, a lo referente de la estructura de la población observamos que en Cartagena el fenómeno de la migración se materializa sobre todo en la zona Sur Oriental, donde se concentra apróx el 30% de la población total de Cartagena.

Siguiendo con la Inf del Dane y aplicándola a la zona Sur Oriental tenemos que decir que el 71% de los habitantes en esta zona estan aptos para trabajar, dando una cifra apróximadamente de 13.000 personas; teniendo en cuenta además que el DANE establece una tasa de desempleo en Cartagena del 8% podemos decir que el # de personas de empleadas en la zona Sur Oriental ascendería apróx a 1040 personas; Estas cifras con las que permitirían que se desarrollaran empresas

comunitarias en Cartagena.

Pero desde luego que las empresas Comunitarias tiene que tener en cuenta algunos factores como la Nutrición, Salud, Vivienda y Educación, y a pesar de que la zona Sur Oriental ha entrado en un proceso de desarrollo presenta características diferentes a otros sectores de la ciudad donde también encontramos personas desempleadas pero las causas de este desempleo son diferentes, en la zona Sur Oriental la causa fundamental es la migración, personas que han venido del campo y originan estos grandes conglomerados; en los otros sectores las causas del desempleo obedecen a la poca oferta ante la gran demanda de empleo y encontramos inclusive un gran número de profesionales desempleados y cada año las universidades en esta ciudad gradúan apróx. 500 nuevos profesionales en los diferentes niveles tecnológico y técnico; por ello la empresa comunitaria no puede estar orientada inicialmente al sector atrasado de la ciudad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Antes de concluir y recomendar creemos necesario, establecer la diferencia entre microempresa y empresa comunitaria, ya que es importante tener claros estos conceptos y conocer las filosofías de cada una.

En la microempresa, los trabajadores no son socios y por lo tanto, tampoco son dueños de ella ni participan en su gobierno ni en las ganancias que ella produce. Son lo mismo que en las demás empresas llamadas tradicionales, formales, ricas o capitalistas, simples asalariados dependientes cuyas relaciones con los patronos o dueños se rigen por el Código del Trabajo y no por las leyes de la sociedad. En la Comunitaria por el contrario, el trabajo es un factor autogestionario o dependiente; participante, no asalariado. Su papel es eminentemente protagónico y no pasivo.

La microempresa, como lo sugiere su nombre, reproduce en pequeña escala las características de la mediana y grande empresa capitalista. Difiere de esta última sólo por el tamaño y el monto de ciertos rubros, pero no por causas de orden cualitativo y sustancial. Así, por

ejemplo, el Decreto #3286 de 1982, que creó el programa de Microempresa de Rehabilitación para los beneficiados de la Amnistía de aquel año en su artículo segundo da la siguiente definición de ellas, así:

- Que el manejo administrativo esté radicado en una o dos personas naturales. Que sus ventas mensuales no excedan de 60 salarios mínimos.
- Que el patrimonio de su propietario no exceda de 200 salarios mínimos.
- Que ocupe hasta 15 empleados permanente.

Entidades internacionales, como el BID, o nacionales y privadas como la Fundación Carvajal de Cali, amplían o restringen estos parámetros para definir la Microempresa, pero en esencia los determinantes son siempre de orden eminentemente cuantitativos.

En la empresa Comunitaria, por el contrario los determinantes son de orden cualitativo, todos son dueños y propietarios. Todos trabajan personalmente en ella, participan en la Administración de la empresa como electores de sus directivas o como elegida para ejercerlas.

Participan de las ganancias, la cantidad aquí no se deprecia pero nada tiene que ver con la definición de la empresa.

La identidad de las comunitarias no se altera porque sus activos o su patrimonio sean muy grandes.

Todo lo anterior muestra que la llamada microempresa es por lo general una hija enana del sistema que tenemos pero no una superación profunda de éste, como es el caso de la comunitaria, cuya definición nos remite

a un sistema nuevo totalmente. Esto no significa que los dos sistemas sean incompatibles, pero sí que deben aprender a coexistir en armonía.

Una de las tareas de un estado futuro es, cabalmente la de establecer un régimen que permita compartir créditos, mercados, tecnología y en general, todas las ventajas económicas, sociales y legales, que hoy por hoy es común e injusta monopolizadas por las empresas ricas o del sistema opulento que tenemos.

Hecha la aclaración es importante mostrar la proyección de la empresa Comunitaria en la sociedad de Cartagena, como una conclusión con base a lo estudiado dentro de este trabajo.

Las condiciones en que se desenvuelve la vida económica de nuestra ciudad merece ser observada con la claridad, pues determina en mayor o menor grado de bienestar de su población. La agricultura, la industria y el comercio proveen lo indispensable como medio de subsistencia que influye directamente en el aumento o disminución de la población y en el nivel de vida de las familias en la comunidad.

La vida de ésta se ajusta a los requisitos que impone el tipo de producción industrial, agrícola y ganadera prevaleciente. Las instituciones económicas informan la peculiar distribución de la riqueza y, esta a su vez, se refleja en las relaciones sociales de aquellas instituciones llamadas a llevar las necesidades y deseos de los distintos grupos de



personas según sus capacidades económicas.

La manera que tiene la gente de ganarse la vida es de gran importancia para la comunidad. Las industrias principalmente afectan no sólo a los trabajadores sino también a la población total. La salud, el alojamiento dependen de los medios económicos de la comunidad.

Al estudiar la comunidad de Cartagena conviene no olvidar las características esenciales de nuestra ciudad, la cual podemos conocer con la ayuda de las últimas estadísticas.

Es importante el crecimiento de la ciudad en los últimos años y el alto índice de desempleo que existe y la manera nula de solucionarlo sino podemos en marcha el plan de las comunitarias.

Se hace indispensable hacer un examen detenido del panorama que ofrece Cartagena, en lo que se relaciona el factor económico, social y de como muchas personas no encuentran la manera de solucionar sus problemas viéndose en la alternativa de engruesar las filas de delincuentes y aumentando la inseguridad.

De allí que podemos decir que la clase marginal en Cartagena, puede encontrar su elevación de ese medio si el gobierno hace una planificación de su desarrollo, teniendo en cuenta lo dicho.

Ante todo debe lograrse la armonía e integración de la comunidad, tal

como aquí lo entendemos vinculado al desarrollo global de nuestra ciudad. Pero todo no es negativo y vemos que algunas instituciones como el bienestar familiar y el sena han organizado algunas empresas también llamadas comunitarias pero con fundamentos diferentes a las empresas comunitarias que nosotros proponemos en el estudio; encontramos en Cartagena empresas "Comunitarias" como la Madre y el Niño en el Barrio Fredonia, mi amiga en el Centro y la empresa comunitaria "El Esfuerzo en el barrio San Fernando. Estas empresas de acuerdo a la información obtenida se registran como empresas sin ánimo de lucro.

La empresa comunitaria la madre y el niño es la que más años lleva de fundada pues empezó con una modistería en 1981, en la que actualmente laboran 15 mujeres. En 1984 se inició una panadería que cuenta con 5 personas, 3 hombres y 2 mujeres. Esta empresa también se subdivide en una carpintería con 6 hombres y un salón de belleza con 2 mujeres.

Además está asesorada permanentemente por una persona que los guía en todos los aspectos.

La empresa comunitaria El Esfuerzo está localizado en el barrio San Fernando es una empresa que solamente tiene 7 meses de iniciada y presta servicio de Latonería pintura etc. Cuenta con 10 socios.

Estas empresas están aún enmarcadas dentro de las políticas de lo que podría denominarse la 2a generación de las empresas comunitarias que arrancó en el año de 1968 a pesar de existir apenas desde el año 1981 la más antigua, por lo tanto continúan con los vicios que originaron el fracaso de los 400 em

presas a nivel nacional agravadas con el desamparo oficial y el virtual abandono de este programa por parte de los gobiernos posteriores a 1974, por eso consideramos que este tipo de empresas existentes en Cartagena son fruto de la experimentación y que no cuentan con un verdadero respaldo del gobierno con base a lo anterior se ha elaborado un modelo de empresa comunitaria que evita en lo posible las mayores causas de fracaso y acentúa los factores de éxitos de las empresas que perduran. Dentro de esta concepción y sobre estas investigaciones es que proponemos las empresas comunitarias como alternativa al problema del desempleo en la ciudad de Cartagena; es decir se trata de proponer un nuevo modelo de desarrollo socioeconómico y político para la región.

Las empresas comunitarias no las microempresas y menos las grandes y medianas empresas del sistema formal, son las llamadas a combatir el desempleo abierto y el disfrazado que hoy afecta la ciudad de Cartagena. Las empresas del sector formal o capitalista no pueden ser la respuesta idónea al desempleo, porque cada vez ellas producen más con menos gente. Por lo tanto los marginados del empleo deben generar sus propios puestos de trabajos cuando nadie, ni el estado ni las empresas privadas del sector formal, están en capacidad de brindarle la ocupación remunerada que requiere y vemos en la coyuntura depresiva actual que ha restado fuerza expansiva de producción y empleo a las empresas. Pero al pleno empleo tampoco vendrá de la recuperación o reactivación del aparato económico actual; por la sencilla razón de que la desocupación en Colombia y desde luego en Cartagena es en su mayor parte estructural y no meramente coyuntural o friccional.

Por lo tanto en el fondo el remedio está en la promoción y apoyo a la nueva economía comunitaria que aquí proponemos.

Obviamente que la creación de empresas comunitarias requiere la asignación de una fantástica cantidad de recursos de todo género: humanos, técnicos, financieros, legales etc, que solo con un compromiso del estado podría ser factible. Si se piensa por eje: que en Cartagena se formará 30 empresas comunitarias y cada una con un promedio de 2'000.000 demandaría un promedio de 60'000.000 que no puedan conseguirse inmediatamente pero podrían financiarse a unos 10 ó 12 años. Desde luego que esto demanda un esfuerzo no solamente del gobierno municipal sino nacional y también exigirá una definición de las prioridades de la ciudad.

Dejar de lado o proponer para otra ocasión obras de dudosa prioridad, o de manifiesto rango secundario en la escala de valores, o declaro sabor elitista. Desde luego que muchas obras que quieran realizarse en Cartagena podrán ser útiles, pero jamás más útiles o más importantes que permitir un desemboque al desempleo y llevar esperanza a la miseria que aflige a tantos hogares populares y aún de la clase media colombiana.

Con el propósito de rematar en el tópico central de este capítulo, trataremos de resumir la relación de proyección de las Empresas Comunitarias y el desarrollo de Cartagena en el programa social y económico. El desarrollo es un aspecto singular y los cambios sociales y está ligado más bien a las transformaciones mentales y sociales que a factores propiamente económicos. La dicotomía entre lo social y lo económico responde sólo a razones instrumentales.

Se hace necesario concebir el desarrollo en forma equilibrada e integral teniendo como objetivo último " todo hombre y todos los hombres ". Buscando que lo anterior esté dotado de verdadero dinamismo, que sea a su vez autosuficiente no se logra con la sola decisión a los niveles de tipo gubernamental, con los financieros y la reforma de estructuras, es necesario el apoyo y la participación popular desde la base y en todos los niveles.

Llevando a la práctica este programa nos ofrece así mismo posibilidades muy diversas a orientar el impulso colectivo hacia la realización de numerosas tareas concretas de ese plan de desarrollo.

Por lo demás la acción comunitaria permite simplificar la acción del estado ciñéndola al manejo eficiente de los resortes del sistema, sin penetrar con todos aquellos que los individuos pueden realizar mejor con propia iniciativa y responsabilidad pues ya el Estado está tomando sobre sí funciones muy delicadas en la planificación del desarrollo.

De acuerdo con sus principios y su doctrina, el movimiento comunitario no busca simplemente la satisfacción de las necesidades económicas de sus asociados, sino que armonizando lo social y lo económico, promueve en sus adherentes prácticas de cooperación, de ayuda mutua y solidaridad.

BIBLIOGRAFIA

SALAZAR, Oscar. El Desempleo Gérmes de Problema Sociales. El Universal, 22 de Noviembre de 1984.

JUNGUITO, Roberto. Emperoramiento del Desempleo. El Universal, 19 de diciembre de 1984. Página 7, Sección Económica.

PLAN DE DESARROLLO DEL MUNICIPIO DE CARTAGENA. Decreto 184 de 1978.

PATIÑO, Carlos, FORERO, Jaime y GARCIA, Carmen. Mercado de Trabajo y Sector Informal en la ciudad de Cartagena. Bogotá, Marzo de 1981.

SEMINARIO DE LA UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA PARA LA AFIRMACION DE LA IDENTIDAD NACIONAL. Nueva Civilización, Bogotá 1986.

PARRA, Ernesto E. Empresas Comunitarias Urbanas. Cinep, 1977

BOSCO, Pinto, JOAO. Bases para la elaboración de una Metodología de Análisis de las Empresas Comunitarias. Instituto Interamericano de la OEA, Bogotá, 1972.

REUF, Jean. Diccionario de Ciencias Económicas. Editorial labor S.A. Editado en 1960 por presses Universitaires de France.

Monografía del Municipio de Cartagena,
DANE Y CAMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA.
Impreso en la División de Edición del DANE.
Bogotá D.E., Octubre de 1982.

A N E X O S

PROYECTO DE MINUTA DE ESCRITURA DE CONSTITUCION
DE UNA EMPRESA COMUNITARIA LTDA.

Comparecieron' _____ identificado con la cédula de ciudadanía N° _____ expedida en _____, y _____ identificado con la cédula de ciudadanía número _____ expedida en _____ y....(Etc.), todos mayores de edad y vecinos de la ciudad de _____ y manifestaron que por medio del presente instrumento público constituyen UNA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, la cual se regirá conforme a las cláusulas que se expresan a continuación:-

ARTICULO PRIMERO .- NOMBRE Y DOMICILIO. La sociedad se denominará " Empresa Comunitaria _____ Limitada" con domicilio en la ciudad de _____ pero estando facultada para establecer sus cursales en toda la República de Colombia.

ARTICULO SEGUNDO.- DURACION. La sociedad se constituye por el término de _____ años, el que será prorrogable por acuerdo de los socios en Asamblea General.

ARTICULO TERCERO.- OBJETO SOCIAL. El objeto principal de la sociedad es el de

y en desarrollo del mismo, podrá a) adquirir, enajenar y gravar bienes e inmuebles que requiera el giro de los negocios sociales;b) organizar

y administrar los establecimientos que exija el desarrollo de su objetivo; c) contratar préstamos; d) dar o recibir dinero en mutuo; e) lograr la prestación de servicios de previsión, asistencia y solidaridad para los socios y sus familiares.

ARTICULO CUARTO .- CAPITAL SOCIAL: El capital social de la sociedad es la suma de _____ pesos (\$) moneda legal colombiana, aportado en cifras y cantidades iguales por cada uno de los () socios, y dividido por lo tanto en () cuotas de capital de _____ pesos (\$) moneda legal colombiana cada una, todas redimidas y a razón de UNA por cada socio.

PARAGRAFO .- Cualquier auxilio o donación que por cualquier concepto o motivo sea decretado o recibido por y para la sociedad, no podrá beneficiar individualmente a los socios y entrará a formar parte de los fondos de Bienestar Social de la Empresa.

ARTICULO QUINTO.- APORTE EN TRABAJO. Todos los socios de la sociedad que se constituye, están obligados a aportar su trabajo personal para el cumplimiento de los objetivos a que se refiere el Artículo Tercero de ésta Escritura y de acuerdo con el reglamento interno que para el efecto se expida.

ARTICULO SEXTO.- RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS. Los socios responden ante terceros por razón de los negocios sociales hasta por el monto de sus respectivos aportes.

PARAGRAFO PRIMERO .- El aporte de los socios en la sociedad, servirá como garantía de cualquier obligación de aquellos con ella.

PARAGRAFO SEGUNDO .- La sociedad se hace acreedora y deudora ante terceros ante sus socios, únicamente por las operaciones que efectúe el gerente, y dentro de la órbita de sus funciones estatutarias.

ARTICULO SEPTIMO .- DERECHOS Y DEBERES. Son derechos de los socios los siguientes: a) participar con voz y voto en la Asamblea General; b) elegir y ser elegido para los cargos directivos; c) examinar en cualquier tiempo por sí o por medio de representante, la contabilidad y en general todos los documentos de la Empresa, d) participar de las utilidades y beneficios establecidos por la Empresa.

Son obligaciones de los socios: a) aportar su trabajo personal en la forma establecida por el Reglamento Interno de la Sociedad; b) cumplir fielmente todos los compromisos adquiridos con la Empresa; incluyendo los que le asignen los reglamentos; c) desempeñar responsable y honestamente las funciones de los cargos para los cuales sea elegido; d) dar a los bienes de la Empresa el uso para el que están destinados y cuidar su conservación y mantenimiento; e) aceptar las determinaciones de las directivas; f) aceptar las sanciones y medidas disciplinarias reglamentarias, por incumplimiento de sus obligaciones con la sociedad; g) participar en las pérdidas que sufra la Empresa.

ARTICULO OCTAVO. PERDIDA DE LA CALIDAD DE SOCIO. La calidad de socio se pierde por muerte, retiro voluntario, retiro intempestivo o exclusión por sanción.

111

PARAGRAFO.- Son causales de exclusión; por sanción: La pérdida del ánimo asociativo, el incumplimiento de las obligaciones que se desprenden del Estatuto y los reglamentos internos; la sustracción de bienes de la Empresa; el causar graves perjuicios por incumplimiento de deberes; el observar mala conducta. La exclusión por sanción se resuelve con el voto de las tres cuartas partes de la Asamblea General.

ARTICULO NOVENO. CESION DEL INTERES SOCIAL. Todo socio podrá ceder su interés social sin perjuicio de la sociedad, y los socios sin excepción se acogerán al derecho de preferencia y de común acuerdo podrán comprar por partes iguales las cuotas sociales de la cesión, si por alguna circunstancia no se admite a un socio reemplazante.

En caso de pérdida de la calidad de socio por cualquiera de las causas estipuladas en el Artículo anterior, se tomará como precio básico de los derechos sociales el valor contable que arroje el último balance aprobado por la Asamblea General. o el de iniciación si no hubiera pasado ninguno, actualizado a la fecha efectiva del retiro, estableciéndose, en ese momento entre las partes, las condiciones del plazo de compra-venta, comprendido de los noventa (90) días siguientes:

En el evento de haber bienes de producción o ciclos en proceso, se hará de ellos un estimativo del resultado económico de los mismos el que efectuará en pro, o en contra el valor del derecho.

En el supuesto que no se concilien los intereses del socio que cede el interés, podrá apelarse al sistema de "amigables compradores" pre

vistos en éstos estatutos, así como en el evento de existir sería discrepancia entre valores contables de activos respecto a precios comerciales de los mismos.

PARAGRAFO PRIMERO. Ocurrida la muerte de un socio, una vez determinado el interés social perteneciente a los herederos del causante, será puesto a disposición dentro del juicio de sucesión respectivo. Uno de los herederos del socio fallecido o su conyuge, tienen opción para llenar la vacante si llena las condiciones exigidas para ser socio, y previa aceptación, de las tres cuartas partes de la Asamblea General. La empresa podrá suministrar anticipo a título de préstamo a los causahabientes, para ser descontado del valor de su derecho herencial y con el fin específico de ayudar a proveer los costos de adelanto del respectivo juicio.

PARAGRAFO SEGUNDO. Cuando quiera que se presente el retiro intempestivo de un socio, catalogado así por el voto de las tres cuartas partes en Asamblea General, el valor correspondiente será apropiado contablemente y permanecerá en reserva cuando se produzca su reclamación de pago. decidiendo la Asamblea General sobre la admisión o no de un nuevo socio dentro de las prescripciones establecidas.

ARTICULO DECIMO. DIRECCION Y ADMINISTRACION. La sociedad tendrá los siguientes órganos de dirección y administración: La Asamblea General de Socios, el Comité Coordinador y el Gerente.

ARTICULO DECIMO PRIMERO: ASAMBLEA GENERAL Y FUNCIONES: La Asamblea General de socios constituye el órgano máximo de la sociedad y sus decisiones obligan, siempre a que sean expedidas conforme a la ley, a los presentes estatutos y a los reglamentos internos. Son sus funciones:

a) señalar la política empresarial, económica y técnica, que deberá guiar las respectivas actividades de la sociedad dentro del marco de las empresas comunitarias, b) dictar, aprobar e improbar el contrato social y los reglamentos internos de la sociedad, o modificarlos, c) decidir sobre admisión, sustitución, exclusión o retiro intempestivo de los socios; d) aprobar la fusión con otra u otras sociedades, la afiliación a entidades de servicio, o crear otro u otros tipos de sociedad; e) respetar la disolución anticipada, o prórroga oportuna del término de la sociedad; f) Aprobar el presupuesto de gastos y la celebración de acto o contrato que conforme a los Estatutos o a los reglamentos, no esté reservado al comité coordinador o al gerente; g) aprobar o improbar los planes de desarrollo de la sociedad, así como los de comercialización, financiación e inversión y la creación de industrias conexas; h) examinar, aprobar o improbar los balances e inventarios presentados en cada ejercicio contable; i) considerar los informes rendidos por el Gerente, El Comité Coordinador y los demás funcionarios que sean requeridos a las reuniones; j) crear los cargos que se consideren deben establecerse previa designación de funciones y formas de proveerlos, entre ellos el de " Auditor Interno ", si llegare a ser conveniente, y en tal caso para ejercer funciones de control tanto económico como operativo; k) elegir y remover a quien desempeña los cargos de Gerente, Jefe de Producción y el Tesorero, quienes estarán bajo su inmediato control y quienes deberán ser socios de la Empresa; l) autorizar al Gerente para celebrar contratos cuya cuantía exceda de _____ () salarios mínimos vigentes en el momento de la operación; m) constituir las reservas legales

114

y técnicas que considere pertinentes; n) decidir sobre la formulación de acciones cuando se atente contra su patrimonio, autorizando al Gerente para conferir mandatos; o) disponer de las utilidades sociales conforme a los Estatutos y Reglamentos; p) las demás que determine la ley y la misma Asamblea a través de Reglamentos.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO: REUNIONES DE LA ASAMBLEA. Serán ordinarias o extraordinarias, y se llevarán a cabo en el domicilio de la sociedad en la fecha y hora indicada en la convocatoria. La ordinaria se cumplirá dentro de los 20 días siguientes al mes de Enero del respectivo año. Las extraordinarias solicitadas por un número no menor al sesenta por (60%) de los socios previa citación que hará obligatoriamente el Gerente, siempre para fines específicos con no menos de cinco (5) días de anticipación mediante comunicación por escrito a cada uno de los socios, indicando además del lugar, fecha y hora el motivo de la reunión el que será el único tema válido. El gerente citará de oficio a Asamblea General extraordinaria cuando quiera que se presenten casos de los contemplados en el Artículo Octavo de los presentes Estatutos. De las decisiones de toda Asamblea se dejará el Acta respectiva debidamente suscrita por quienes hagan de presidente y secretario y con la indicación de quienes han comparecido a ella, dejando constancia de lo tratado, deliberado y decidido conforme a la votación respectiva. Constituye quórum, la presencia del setenta por ciento (70%) de los socios.

PARAGRAFO: La Asamblea General se reunirá válidamente cualquier día, en cualquier lugar, sin previa convocatoria, cuando se halle la totalidad de los socios y sin limitación de asuntos a tratar.

ARTICULO DECIMO TERCERO. COMITE COORDINADOR. Está integrado por el gerente el tesorero y el Jefe de producción o de servicios, siendo entendido que uno de los dos últimos podrá hacer las veces de secretario, para dejar constancia de sus decisiones. En cualquier tiempo que la Asamblea General tenga un bien crear el cargo de " Auditor Interno" éste se hará parte del Comité. Las funciones del "Comité Coordinador" son: a) Cumplir estrictamente las decisiones adoptadas por la Asamblea, b) exigir el cumplimiento de las funciones asignadas a socios y no socios; c) decidir sobre la suspensión o retiro de empleados transitorios u ocasionales; d) informar a la Asamblea sobre el incumplimiento de las obligaciones de los socios; e) elaborar planes de desarrollo y de inversión; f) evaluar las labores y determinar las formas de control imponiendo las sanciones que se deriven de los reglamentos internos; g) preparar el proyecto de reparto de utilidades y constitución de reservas legales y técnicas; h) las demás que le asignen la Asamblea General y los reglamentos.

PARAGRAFO : Los miembros del Comité Coordinador coparán el tiempo que no les demande sus funciones específicas en la forma que se establezca para el efecto, en reglamentos internos.

ARTICULO DECIMO CUARTO: EL GERENTE: El Gerente es el representante legal de la sociedad, habiendo sido elegido hoy, el socio _____ Las funciones del Gerente son: a) suscribir y celebrar los actos, operaciones y contratos que se deriven para el cumplimiento de los objetivos de la sociedad, estando facultado hasta la cuantía de _____

116

() salarios mínimos vigentes en el momento de la operación ; b) servir de ejecutor de las decisiones del Comité Coordinador; c) servir de ejecutor de las órdenes que imparta la Asamblea General; d) suscribir conjuntamente con el Tesorero de la Sociedad, los títulos y valores que garanticen los ingresos y los egresos por las operaciones mercantiles; a) custodiar todos los bienes muebles e inmuebles pertenecientes a la sociedad, estando facultado para conferir mandatos en acciones extrajudiciales y para delegar funciones con las limitaciones legales, estatutarias y reglamentarias; f) convocar a la Asamblea General a reuniones ordinarias y extraordinarias, cuando se lo ordenen los estatutos; g) rendir informe ante la Asamblea; h) ordenar los pagos; i) las demás que le asigne la Asamblea directamente o a través de reglamentos internos.

ARTICULO DECIMO QUINTO: DEL TESORERO Y SUS FUNCIONES. El manejo del capital social y del patrimonio de la sociedad, está en manos del tesorero que tendrá las siguientes funciones; a) recaudar los ingresos y cancelar los egresos que se produzcan en cumplimiento de los objetivos sociales, los egresos previa orden del Gerente; b) vigilar el cumplimiento de las obligaciones comerciales y suscribir conjuntamente con el Gerente los documentos que las garanticen; c) suscribir con el gerente los títulos valores y por lo tanto también manejar conjuntamente con él las cuentas corrientes, o de ahorro, de la empresa; d) Rendir informe de cuentas ante el Comité Coordinador y/o la asamblea general, al final de cada ejercicio; e) Velar porque la contabilidad de la empresa se lleve bien y oportunamente; f) Velar por la conservación

117
y custodia de los bienes de la sociedad; g) Llevar por lo menos un libro de ingresos y egresos.

ARTICULO DECIMO SEXTO. Del jefe de Producción: Dirige la producción explotación y/o prestación de servicios de la sociedad teniendo principalmente las siguientes funciones; a) Elaborar proyectos, planes y programas productivos de la sociedad; b) Programar, dirigir, seleccionar y clasificar al personal en las tareas; c) Informar sobre sus actividades al Comité Coordinador y a la Asamblea General; d) Velar por el cumplimiento de los programas de producción y ejercer el control de calidad; e) Velar por la seguridad industrial; f) Cumplir las demás funciones que le asigne la Asamblea General y/o el Comité Coordinador.

ARTICULO DECIMO SEPTIMO.- De las pérdidas y Ganancias. En cada ejercicio anual se efectuará a Diciembre 31, la revisión de las cuentas para determinar el estado económico y presentación del inventario y del Balance General ante la Asamblea General, la que, una vez aprobado, decidirá sobre el estado de pérdidas y ganancias. El Gerente con el concepto favorable del comité coordinador le presentará un informe con el proyecto, para elaborar el cual, se tendrá en cuenta todo lo establecido para el efecto en los reglamentos internos, En el informe se señalará: a) Las reservas efectuadas para el pago de las prestaciones sociales a trabajadores transitorios u ocasionales, que como caso de excepción admite la empresa comunitaria; b) Las apropiaciones efectuadas para amortizar la depreciación de activos; c) Las apropiaciones

118

establecidas para la cancelación de impuestos; d) Las reservas técnicas y el amparo de la recuperación de cartera.

ARTICULO DECIMO OCTAVO. De las Reservas Legales y Técnicas: La sociedad formará una reserva legal permanente con el 10% de las utilidades líquidas del ejercicio anual. La Asamblea General está facultada para constituir reservas técnicas, así como para crear fondos tendientes a procurar la solidaridad, el bienestar, la recreación y la salud de los socios y/o familiares.

PARAGRAFO .- Las sumas de dinero acumulables en la Reserva Legal y los Fondos de Bienestar Social, no son susceptibles de reparto, salvo en el caso de la disolución y liquidación de la sociedad.

ARTICULO DECIMONOVENO.- Disolución y liquidación de la Sociedad.- Constituyen causales de disolución y liquidación: a) El vencimiento del término de duración o de la prórroga respectiva; b) La pérdida del ánimo de Asociación manifestado en decisión adoptada por las tres cuartas partes (3/4) de los socios en Asamblea General; c) La pérdida del 50% del capital social o la imposibilidad de cumplir los objetivos sociales d) El aumento del número de socios a más de 25; e) La declaratoria judicial de quiebra; f) La fusión de la sociedad en otra entidad.

PARAGRAFO.- La disolución de la sociedad conduce a su liquidación, que se llevará a cabo conforme al procedimiento establecido en el Código de Comercio.



ARTICULO VEIGESIMO. Liquidador.- Producida la disolución y ordenada la liquidación, la Asamblea General designará al liquidador principal y su suplente, cargos que podrán recaer en socios de la empresa, y quienes gozarán de las facultades otorgadas en la Ley Comercial.

ARTICULO VIGESIMO PRIMERO. Conflicto de intereses.- Las diferencias que ocurran a los socios entre sí, o con la sociedad, por razón del contrato social o por la aplicación de los reglamentos, durante la vida social activa o en el período de liquidación, se someterán a la decisión del sistema Amigables componedores que para cada ocasión serán tres, nombrados así: uno por cada parte y entre éstos dos nombrarán al tercero que con ellos integre el Tribunal, el que fallará la pretensiones opuestas, en derecho o en conciencia según le sea solicitado.

PARAGRAFO: Cuando quiera que se comprometa el capital de los socios, la Asamblea General, previo informe del Comité Coordinador, decidirá la solución de pago de las obligaciones demandadas por terceros y la forma de recaudo correspondiente en contra del socio.

ARTICULO VIGESIMO SEGUNDO. La sociedad podrá hacer parte de agremiaciones que tengan establecido los principios de las empresas asociativas de solidaridad social y que presten asistencia técnica y/o financieras.

120

A N E X O N º 2

REPUBLICA DE COLOMBIA

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE COOPERATIVAS

D E C R E T O N U M E R O 2 0 5 0

2 6 J U L . 1 9 8 5

Por el cual se reglamenta el artículo 25 del Decreto 1598 de 1963 sobre cooperativas de producción y de trabajo.

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

En uso de sus atribuciones legales y en especial de las que le confiere el numeral 3º del artículo 120 de la Constitución Nacional.

D E C R E T A :

ARTICULO 1º Para los efectos del artículo 25 del Decreto 1598 de 1963, se consideran cooperativas de trabajo asociado y producción comunitaria aquellas organizaciones que tienen por objeto :

1. Exaltar la dignidad de sus asociados mediante el adecuado aprovechamiento de sus conocimientos, aptitudes y habilidades, en determinadas áreas de servicio a la comunidad.

121

Continuación del Decreto "por el cual se reglamenta el artículo 25 del Decreto 1598 de 1963 sobre cooperativas de producción y de trabajo"

2. Brindar oportunamente a sus asociados de trabajar en forma solidaria y participativa, con una disciplina aceptada y no dependiente.
3. Contribuir a la formación social y a la capacitación de los asociados, haciéndolos así cada vez más aptos para el ejercicio de su profesión y oficio.
4. Facilitar la adopción de un régimen de previsión y seguridad social que cubra las necesidades del asociado y de su familia.
5. Lograr un cambio en la mentalidad y en la estructura económica, tendiente a imponer criterios de equidad y participación en las relaciones laborales.

Es de naturales, tanto de las primeras como de las segundas, la vinculación de la actividad personal de los asociados en la forma prevista en los respectivos estatutos.

ARTICULO 2º El trabajo en las cooperativas de que trata este Decreto estará exclusivamente a cargo de los propios asociados, quienes determinarán en los estatutos las pautas globales, y en el reglamento general las específicas, relacionadas con la naturaleza, calidad, duración y pago del trabajo que se realice.

No obstante, si las cooperativas llegaren a necesitar personal técnico que no se pueda conseguir entre sus asociados podrán emplearlo siempre que su número no exceda EL DIEZ POR CIENTO (10%) del total de aquellos. En este caso, la relación entre las cooperativas y esta clase de trabajadores se registrará por las normas de la legislación laboral.

ARTICULO 3º Los estatutos de las cooperativas de trabajo asociado y las de producción comunitaria definirán con precisión el objeto específico de ellas y las actividades a que se dedicarán para lograrlo, particularizando los bienes por producir o los servicios por prestar.

Continuación del Decreto " por el cual se reglamenta el artículo 25 del Decreto 1598 de 1963 sobre cooperativas de producción y de trabajo ".

ARTICULO 4º Cuando las aportaciones a capital se hagan en especie o en trabajo, se valorarán de conformidad con los criterios y medidas que al respecto consagren los estatutos o el reglamento general de la cooperativa, y, así evaluadas, se acreditarán a la cuenta correspondiente.

En las normas estatutarias o reglamentarias se establecerá además, la forma de llevar a cabo el proceso de capitalización progresiva que se decida por los asociados, por medio de horas extras de trabajo u otro procedimiento semejante.

ARTICULO 5º En las cooperativas de que aquí se trata se podrá convenir una retribución periódica a modo de anticipo sobre el resultado económico final, sujeta al ajuste necesario que indique el balance del ejercicio. Esta retribución, así como la aplicación definitiva de los excedentes repartibles, se hará siempre en proporción a la naturaleza, cantidad y calidad del trabajo realizado, según los criterios consagrados en los estatutos o en el reglamento general de cada cooperativa.

Igualmente, se podrán constituir reservas o provisiones especiales para el pago de bonificaciones, primas o auxilios similares a los que rigen para el trabajo dependiente y asalariado, o mejores que éstos, a medida que las condiciones económicas de la cooperativa se lo permitan.

ARTICULO 6º Como complemento de lo dispuesto en el artículo anterior, estas cooperativas podrán acogerse a un régimen de previsión y seguridad social adecuado a las necesidades de los asociados y sus familias, y a las posibilidades económicas que vayan adquiriendo.

ARTICULO 7º Cuando una cooperativa de trabajo asociado se dedique a prestar servicios a terceros de manera permanente, deberá expresar con toda claridad en sus reglamentos la forma como lo hará, a fin de garantizar tanto los intereses de la cooperativa y sus asociados, como los de las entidades o personas a las cuales haya de prestar el servicio.

123

Continuación del Decreto "por el cual se reglamenta el artículo 25 del Decreto 1598 de 1963 sobre cooperativas de producción y de trabajo"

ARTICULO 8º En los estatutos de las cooperativas de trabajo asociado y las de producción comunitaria podrá establecerse un período determinado no mayor de seis meses durante el cual los aspirantes a ser asociados ejerzan provisionalmente los derechos de éstos y estén sujetos a sus obligaciones pero pueden ser excluidos o retirarse voluntariamente sin trámites o requisitos especiales.

ARTICULO 9º En las cooperativas de producción comunitaria, la propiedad compartida de tierra, equipos, elementos y otros medios de producción agrícola o industrial, al estar en cabeza de la cooperativa, podrá ser utilizada por ésta como garantía de los créditos que obtenga y aún ser objeto de libre disposición según las conveniencias de la cooperativa. El cambio, si la cooperativa solamente tiene la administración de los bienes inmuebles o inmuebles entregados por los socios o por entidades públicas o privadas, a título no traslativo de dominio pero sí íntimamente se limitarán a lo establecido en los estatutos.

ARTICULO 10º El balance social que debe rendirse al final de cada ejercicio junto con los estados financieros, debe contemplar el cumplimiento del objeto de estas cooperativas descrito en el artículo 2º de este Decreto, así como al de los objetivos específicos contemplados en los estatutos.

ARTICULO 11º Los grupos precooperativos constituídos o que se constituyen con el propósito de llegar a ser cooperativas de trabajo asociados o de producción comunitaria, deberán acogerse al espíritu y disposiciones del presente Decreto, sin afectar su carácter experimental.

ARTICULO 12º Este Decreto rige desde la fecha de su publicación.

PUBLIQUESE, COMUNIQUESE Y CUMPLASE

Dado en Bogotá, D.E. a 26 JUL. 1985

FDO BELISARIO BETANCUR CUARTAS

FDO FRANCISCO DE P. JARAMILLO G.
Jefe Dpto Administrativo Nal de Cooperativas