

FAMI - EMPRESAS Y ORGANIZACION
COMUNITARIA PARA PRODUCCION Y EL MERCADO
POR: ERNESTO ORLANDO BENAVIDES



Programa Nacional de
JOYERIA Y ORFEBRERIA
2001-2002

2002



Bogotá. 2002

TABLA DE CONTENIDO

1. MARCO JURIDICO DE ASOCIACIONES BAJO EL COMPORTAMIENTO DE LA ECONOMIA SOLIDARIA.
2. GESTIONES ANTE CÁMARAS DE COMERCIO – TRAMITES PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA
3. ORGANIZACIÓN PARA LA PRODUCCION Y LA COMERCIALIZACIÓN
4. FORMAS ASOCIATIVAS
5. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PARA LA PRODUCCION Y LA COMERCIALIZACIÓN
6. MODELO DE ESTATUTOS
7. MODELO DE CADENAS PRODUCTIVAS

PROGRAMA NACIONAL DE JOYERIA CONVENIO MINERCOL LTDA – ARTESANIAS DE COLOMBIA CON EL APOYO COMISION NACIONAL DE REGALIAS

MARCO JURIDICO DE LA ASOCIACIONES BAJO EL MARCO DE ECONOMIA SOLIDARIA:

- **Ley No. 79 – Diciembre 23 de 1988**

El propósito de la presente ley es dotar al sector cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental de la economía nacional.

- **Ley 10 de 1991 . Enero 21.**

Por la cual se regulan las empresas asociativas de trabajo

- **Ley No. 35 – Enero 5 de 1993**

Por la cual se dictan normas generales y se señalan en ellas los objetivos y criterios a los cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular las Actividades Financieras, Bursatil y Aseguradora y cualquier otra relación con el manejo, aprovechamiento e inversion de recursos captados del público y se dictan otras disposiciones en materia Financiera y Aseguradora

- **Ley 454 de 1998 – agosto 4**

Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones.

- **Decreto No. 1482 – Julio 7 de 1989**

Por el cual se determinan la naturaleza, características, constitución, regímenes interno, de responsabilidad y sanciones y se dictan medidas para el fomento de las empresas de servicios en las formas de administraciones públicas cooperativas.

- **Decreto No. 468 – Febrero 23 de 1990**

Por el cual se reglamentan las normas correspondientes a las cooperativas de trabajo asociado contenidas en la Ley 79 de 1988, y se dictan otras disposiciones sobre el trabajo cooperativo asociado

- **Decreto No. 2150 – Diciembre 5 de 1995**

(Apertes) Reconocimiento de Personerías Jurídicas

- **Decreto No. 124 – Enero 20 de 1997**

Por el cual se reglamenta el Régimen Tributario Especial contenido en el Estatuto Tributario.

GESTIONES ANTE CAMARAS DE COMERCIO TRAMITES PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA

Se puede constituir una empresa como persona natural o como Persona Juridica.:

- **PERSONA NATURAL**

Son todos los individuos de la especie humana cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición.

- **PERSONA JURIDICA**

Se llama persona jurídica una persona o ente ficticio, capaz de adquirir derechos y contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

- **CLASES DE PERSONAS JURIDICAS EN EL DERECHO MERCANTIL**

1. Sociedades Colectivas
2. Sociedades en Comandita (Simple o por Acciones)
3. Sociedades de Responsabilidad limitada
- 4 Sociedades Anónimas

El prototipo más común, sobre todo cuando el número de asociados es reducido (mínimo 2, máximo 25), es el señalado en el punto No.3, esto es, las sociedades de RESPONSABILIDAD LIMITADA. Se caracterizan por que los socios que las conforman responden hasta el monto de sus aportes (Art.353 del C. Co.). Su denominación o razón social debe ir seguida de la palabra Limitada o de su abreviatura Ltda., de lo contrario dichos asociados responderán solidaria e ilimitadamente frente a terceros por las operaciones sociales. (Art.357 del Co.)

RECOMENDACIONES PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA COMO PERSONA NATURAL

1. Antes de asignarle nombre al establecimiento de comercio (tienda, oficina, bodega, almacén, fábrica, planta industrial, factorías etc.), verifique en la Cámara de Comercio que no exista un nombre igual o similar. (Art.35 C.Co.)

2. El registro de matrícula mercantil del establecimiento de comercio debe efectuarse dentro del mes siguiente a la fecha de su apertura. Para tal efecto deben anexarse sendos formularios, debidamente diligenciados, de la matrícula mercantil del comerciante y de los establecimientos de comercio de propiedad del empresario. (Dichos formularios se adquieren en la Cámara de Comercio).

3. La matrícula mercantil debe renovarse dentro de los tres primeros meses de cada año. El plazo vence el 31 de marzo (Art.33 C.Co.). El Decreto 2150 de 1995 sobre "Supresión de Trámites en la Administración Pública", establece en su artículo 47, numeral 5to. que la matrícula mercantil debe obtenerse y mantenerse vigente, tratándose de los establecimientos de comercio. Por su parte el artículo 48 del mismo Decreto expresa: Que las autoridades policivas del lugar verificarán el estricto cumplimiento de las obligaciones a cargo los establecimientos de comercio.

4. Mientras no se efectúe el registro o matrícula mercantil, no se debe hacer timbrar papelería especial para la empresa.

5. Es obligación de los comerciantes llevar contabilidad de sus negocios. Por lo tanto, una vez obtenida la matrícula del empresario deben registrarse sus libros de contabilidad en la Cámara de Comercio.

6. Si el comerciante se dedica a una actividad gravada por el impuesto al valor agregado o impuesto a las ventas (IVA), entonces debe inscribirse en el Registro Nacional de Vendedores de la Administración de Impuestos Nacionales, cobrar los impuestos por las operaciones gravadas y, si se encuentra sometido al régimen común o general, presentar las declaraciones bimestrales en los bancos de la jurisdicción de su domicilio y pagar el impuesto a las ventas que resulte a favor del Estado. Si el comerciante está sujeto al Régimen Simplificado, tales declaraciones deben presentarse anualmente dentro de la misma época en que debe realizarse la declaración de renta. Dicha declaración (la del IVA) debe efectuarse así haya estado inactiva la empresa.

7. Matricularse ante el Departamento de Industria y Comercio de la División de Rentas de la Secretaría de Hacienda Municipal. Para tal efecto, debe diligenciarse el formulario de matrícula de Impuesto de Industria y Comercio que vende la Tesorería Municipal.

8 Instituto de Seguros Sociales- Inscripción Patronal.

7. En caso de aportes de Inmuebles al capital social antes de realizar el registro mercantil, se debe acreditar el pago del Impuesto de registro y anotación.

8. Es obligación de los comerciantes llevar contabilidad de sus negocios. Por lo tanto, una vez obtenida la matrícula de la sociedad, deben registrarse sus libros de contabilidad en la Cámara de Comercio. También deben registrarse los libros de: Registro de Socios, Acta de Junta de Socios, Actas de Junta Directiva (si la hubiere), Registro de Acciones y Actas de Asamblea General de Accionistas (si se trata de una sociedad por acciones).

9. Diligencia para la que se requiere allegar una fotocopia simple de la escritura de Constitución de la Sociedad en la que aparezca el sello de control de homonimia interesada en la segunda copia de la escritura citada.

10. Si la sociedad se dedica a una actividad gravada por el impuesto al valor agregado o impuesto a las ventas (IVA), entonces debe inscribirse en el Registro Nacional de Vendedores de la Administración de Impuestos Nacionales, cobrar los impuestos por las operaciones gravadas, presentar las declaraciones bimestrales en los bancos de la jurisdicción de su domicilio y pagar el impuesto a las ventas que resulte a favor del Estado. Dicha declaración debe efectuarse así haya estado inactiva la empresa.

FAMI – EMPRESAS Y ORGANIZACIÓN COMUNITARIA PARA PRODUCCION Y EL MERCADO

POR: ERNESTO ORLANDO BENAVIDES

Para el presente Taller, Areas Silvestres y Necesidades Humanas, se ha presentado esta charla recogiendo las experiencias de la Institución CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS, Organización que trabaja los Artesanos de Nariño y Putumayo.

Para FUCIE las Organizaciones son concebidas como elemento para involucrar a los productores en mejores condiciones, a una economía de mercado. El punto de partida es la marginalidad caracterizada en aspectos económicos, políticos y sociales que se presenta en Nariño y Putumayo.

Pese a ello, en estos grupos de producción existen varias alternativas potenciales que pueden contribuir al desarrollo de una región y por ende al mejoramiento de las condiciones de vida de la población.

EXPERIENCIA CON LOS ARTESANOS DE NARIÑO:

Dentro de las experiencias de la Fundación Centro de Investigaciones Económicas – FUCIE-, uno de los campos prioritarios de acción ha sido y son grupos artesanales; con los cuales el siguiente fue el procedimiento de trabajo.

La primera etapa consiste en realizar un diagnóstico, el cual se efectúa a través de un estudio hecho por la Fundación, en él se identifican una serie de elementos para la producción y mercadeo de artesanías.

A través de esta caracterización se precisan las limitaciones y potencialidades de la producción y del mercadeo, esto permite a la Institución definir las estrategias de trabajo.

Lo anterior, conlleva a la formulación de un proyecto de trabajo que se implementa a través de una Organización para la Producción.

Se trabaja con la filosofía, y es que para lograr este propósito, el ente debe surgir y manejarse por parte de la misma comunidad, con la orientación de Ente Acompañante o Asistente, de cara a la implementación de los proyectos.

Es definitiva la participación de la comunidad y juega un rol importante la entidad acompañante, como dinamizadora o impulsora de procesos de participación hacia los objetivos propuestos en el proyecto.

El nuevo enfoque de organización exige una estructura que le permita desempeñarse como Unidad Económica de producción o mercadeo.

En el trabajo con comunidades, el éxito no es igual, depende de cada situación en particular y en ello influyen factores internos y externos, como por ejemplo: La Organización Social y su relación con el entorno.

De manera descriptiva podríamos precisar y caracterizar las etapas que se presentan en el trabajo con Comunidad; así:

1. INVESTIGACION.

Es indispensable esta etapa que en rigor sería de caracterización y de formulación del proyecto. Debe haber motivación suficiente para situar la etapa de formulación de proyectos en marcha en la participación de la comunidad; por cuanto esta metodología exige que los resultados se devuelvan a la comunidad para su conocimiento y aplicación.

Es el momento en el cual la Comunidad precisa el qué hacer y en dónde.

Para ello es indispensable la suficiente motivación y así cumplir con los objetivos del Proyecto.

Luego de identificar el Proyecto definitivo y de mercado, surge la pregunta “Cómo hacerlo?” y es necesario que exista la suficiente claridad en todos los participantes de las organizaciones.

En relación con el problema de mercado es muy común, la preocupación de cómo eliminar, competir o manejar a los intermediarios, quienes manejan grandes volúmenes de producción. La respuesta es de una organización sea esta Asociación de Productores – Cooperativas y en general, de cualesquiera organización de base, manejar la producción de los afiliados; lo cual le permite volúmenes, disminuir costos de comercialización y en consecuencia competir.

2. ORGANIZACIÓN PARA LA PRODUCCION Y MERCADEO.

A través de la formalización de la organización se busca un marco legal y jurídico, partiendo de la voluntad de participar en un proyecto determinado y asumiendo unas reglas del juego para participar sujeto a ellas.

La decisión sobre la formalización en la toma de decisión de la comunidad quien debe constituirse en Cooperativa o Asociaciones de Productores (que implican menos exigencias administrativas y contables), y/o Empresa Comunitarias. Los indígenas prefieren tener un reconocimiento del Cabildo.

La nueva Unidad Económica debe articularse y adaptarse a las condiciones de la economía de mercado, es decir, debe aceptar que se mueve en condiciones de competencia y bajo las leyes de la oferta y la demanda.

La organización se constituye en una fuerza de presión, con mayor habilidad para la toma de decisiones y que permite buscar mejores resultados a mediano y largo plazo.

La búsqueda de una autogestión dirigida es una parte de la filosofía con la cual se abordan las organizaciones para la producción y el mercadeo. Para ello requiere capacitar a las personas y/o a la Comunidad. Si es un proyecto productivo habrá una serie de fases que se deben agotar, dentro de las cuales entran los siguientes aspectos.

2.1 Elementos de Gestión Administrativa:

2.1.1. Toma de Decisiones: Un proceso en el cual se manejan recursos humanos, técnicos y financieros necesita acompañarse de técnicas e instrumentos que permitan tomar las decisiones más sensatas y oportunas.

Las comunidades se preparan para resolver las necesidades a partir de este proceso:

2.1.2. Distribución de Funciones: Tanto para la administración como para la ejecución del proyecto, comienza a tomar forma una estructura organizacional que deberá servir para la ejecución del proyecto a ese nivel.

Surgen entonces otros elementos como la distribución de responsabilidades de acuerdo a la capacidad y habilidad de cada asociado. No obstante se busca que la mayoría de los participantes se interesen por conocer integralmente su empresa.

2.2 Elementos a Nivel de la Producción:

2.2.1. Tecnología: Si el proyecto requiere de niveles de tecnología ya sea tradicional o moderna siempre se buscará mejorarla de acuerdo a las nuevas circunstancias.

2.2.2. Manejo de Inventarios: Se requiere habilidades para su control y su programación, puesto que para el mercadeo fundamental el manejo de su rotación.

2.2.3. Manejo de Talleres: Busca la diversificación de la producción y el manejo de las relaciones de producción.

2.3 Elementos de Mercadeo

Es necesario presentar algunas alternativas para que la organización esté en capacidad de implementar puntos de venta, rotación de inventarios, ampliación de mercados y exportaciones.

2.4 Elementos de Gestión Financiera

Deben ser sencillos y estar al alcance de su formación académica. Ejemplo: Las implantaciones de un sistema de cuentas. Los estudios de costos tienen una relatividad dependiendo del proyecto o tamaño de organización.

2.5 Elementos de Organización

El grupo y la comunidad deben conocer sobre lo que es una asociación, con sus ventajas, los requerimientos para ser legal, reconocimiento jurídico y el reglamento interno (reglas del juego). En cada caso va siendo diferente dependiendo de la idiosincrasia de la Comunidad. Además se debe garantizar la formación para la participación con miras al desarrollo autogestionario del Proyecto.

2.6 Elementos de Crédito

El grupo organizado formalmente y con su proyecto claro busca su financiación con recursos como el crédito, para el caso de la Fundación, ésta la otorga para darle el arranque a un proyecto, siendo éste un medio y no un fin para la Entidad. Las Comunidades después pueden acceder a otros medios de crédito a través de la banca comercial y de fomento; para esto es necesario dimensionar cuáles son sus necesidades hacia el futuro en cuanto a capital se refiere, incluyendo el capital de trabajo.

Papel de la Asesoría: La asesoría al proyecto ejercida por una entidad externa, como la Fundación, presta servicios de capacitación y asistencia en la ejecución del proyecto a nivel administrativo, contable de mercadeo, producción y organización. Lo lógico es que se inicie con producción donde el objetivo es mejorar la calidad e incrementar la capacidad de producción para garantizar la oferta frente al mercado.

Se pretende que una organización de producción o productores sea homogénea, bien sea por oficios o por técnicas de producción.

Para el caso del mercadeo, se precisa ajustar etapas o niveles: en principio el mercado regional, luego a otra más extensa como la nacional y eventualmente una internacional; lo cual se precisa cuando se generan excedentes.

En la experiencia de la Fundación, la necesidad obligó a que una organización de segundo grado se ocupará solamente del mercadeo o sea la "Federación de Artesanos de Nariño y Putumayo", con un capital y un número de personas relativamente bajo, que puede competir eficientemente con el resto de organizaciones del país.

CONCLUSIONES:

Como se observa en la experiencia anterior, las bases metodológicas para el trabajo con organizaciones de base implica:

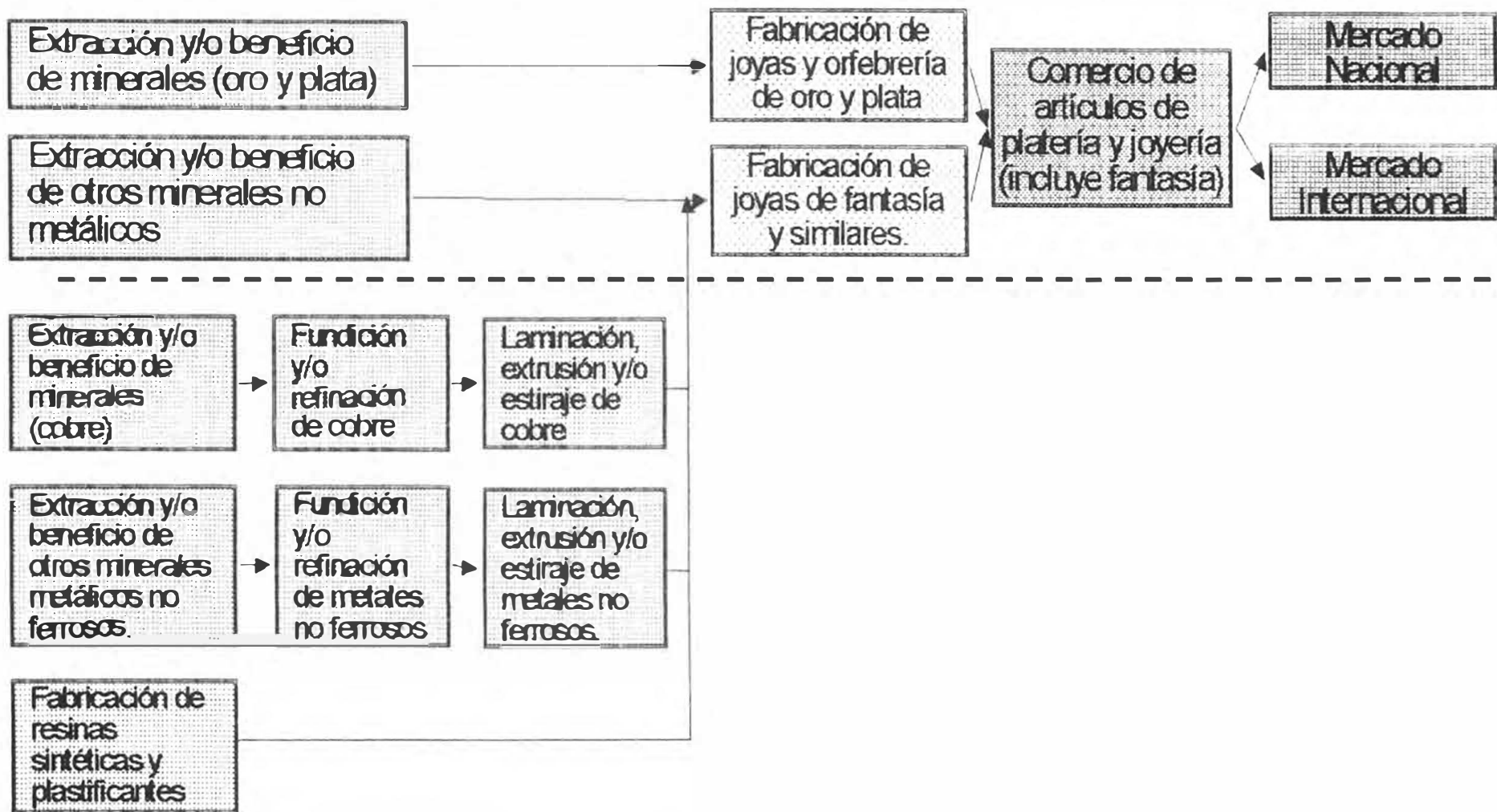
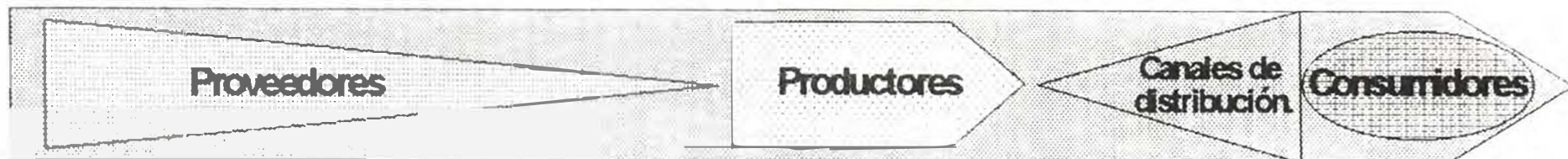
- Una etapa de investigación: La cual define la zona y determina el programa y proyectos.
- Una etapa de implementación: En la cual se requieren los servicios de capacitación, asistencia técnica y crédito.
- Consolidar una organización dentro del nuevo concepto o sea como Unidad Económica para una Economía de Mercado exige:
 - Motivación: es necesario que al interior de la Comunidad exista o se genere un proceso dinámico en torno al propósito de la organización comunitaria y el proyecto.
 - Formalización de la Organización: La cual más que un fin es un medio para cumplir a lograr objetivos.

En estos aspectos como en los que se mencionan más adelante, se precisa capacitación y asistencia técnica:

- En organización: Sobre formas asociativas, aspectos legales para la formulación de Estatutos y el reconocimiento jurídico y reglamento interno.
- En Gestión Financiera: Tareas básicas para computarizar y llevar a la práctica elementos de contabilidad, estudio de costos, manejo de créditos.
- En Gestión Administrativa: Conviene preparar a la Comunidad en la toma de decisiones, administración de funciones, estructura organizacional, contratación de personal, formación de líderes y organización de segundo orden.
- De producción: En aspectos como tecnología, procesos, manejo de materias primas, adopción de nuevas tecnologías, diversificación de la producción.
- De Mercadeo: Son básicos conceptos de observación, manejo de oferta y demanda, rotación de inventarios y elementos prácticos para una exportación.

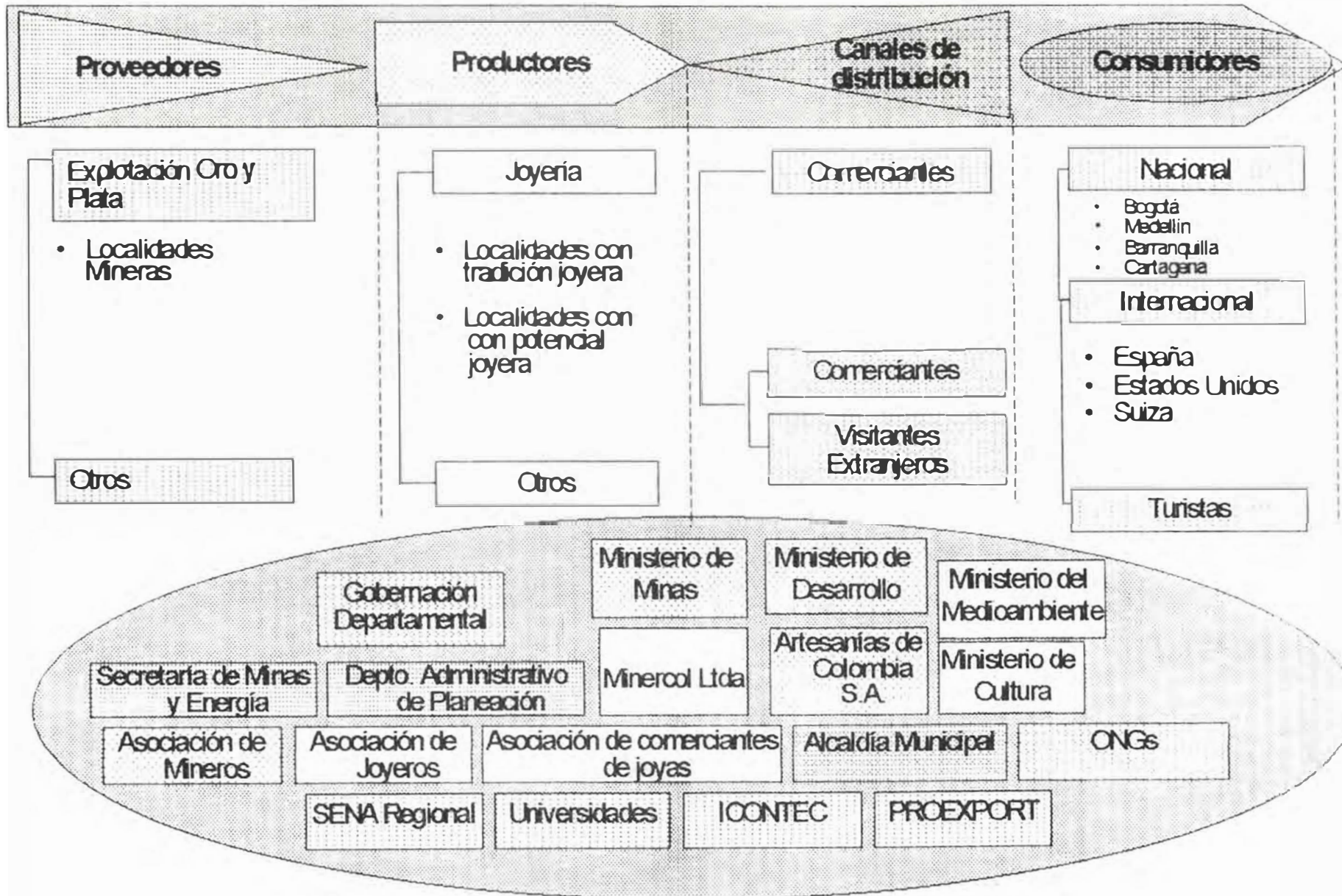
Como producto de todo este análisis concluimos la necesidad de abordar los proyectos con criterios de integralidad; la investigación, la organización, la capacitación, la asistencia técnica, el crédito deben responder a este objetivo como premisa para el éxito.

Cadena Productiva Minera - Joyera - Comercio



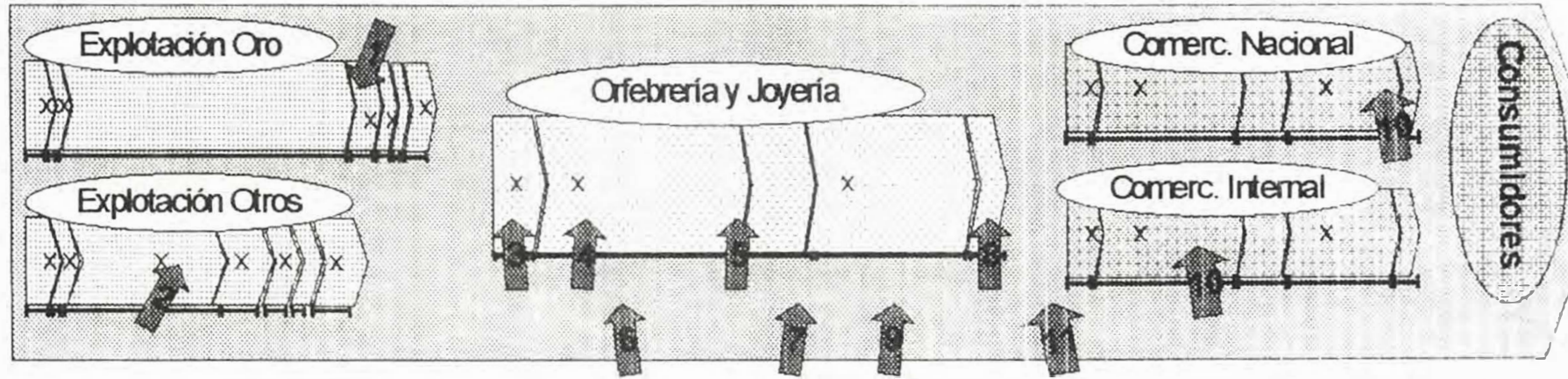
Cadena


Actores

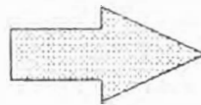


Cadena

Debilidades Competitivas



Puntos Críticos	Opciones
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baja productividad laboral minera ▪ Desaprovechamiento de metales como la plata ▪ Baja información y capacitación de los orfebres ▪ Insuficiente calidad en el diseño del producto ▪ Ineficiencia en los procesos de producción: Talleres pequeños, tecnología artesanal ▪ Falta de investigación y desarrollo en la innovación ▪ Escasa formación integral en joyería ▪ Deficiencias en cultura empresarial, en mercadeo y en formación en comercial ▪ Carencia de proyectos de desarrollo tecnológico ▪ Dificultades en la comercialización ▪ Falta de generación de cadenas productivas 	



¿Competitividad del sector?
¿Oportunidad de eficiencias?