

Economía moral

PNUD (1990): Planteamientos centrales de *Desarrollo sin pobreza* (4ª entrega)

JULIO BOLTVINIK

El texto de *Desarrollo sin pobreza* (DSP) aborda la propuesta de un programa de apoyo a la economía popular (EP), señalando que “éste debe partir de la identificación de todos los esfuerzos que cada país esté realizando en esta línea para evaluar sus resultados, buscando los principios de coordinación y complementación de todos ellos y, a partir de ahí, plantear su desarrollo y masificación. También es importante identificar las actividades que posean las características que más se ajusten al perfil de un proyecto productivo popular: tecnología adecuada para procesos en pequeña escala, mercados dinámicos (internos y externos), bajos requerimientos de inversión, elevada relación trabajo/capital, acceso viable a las materias primas, habilidad tradicional y requerimientos moderados de calificación de la mano de obra, entre otras”. Identifica dos problemas usuales de la EP: problemas de mercado y obstáculos legales. Sobre los primeros señala que “puede deberse a dos motivos principales: o bien el producto no cumple los requerimientos de calidad y diseño que exigen sus mercados óptimos, o bien el pequeño empresario popular no tiene acceso a estos compradores por barreras socioeconómicas o de mercadeo. Aquí radica uno de los factores clave de una estrategia de apoyo a la economía popular: calificar su oferta para que cumpla los requerimientos de mercados dinámicos y exigentes, y crear canales de

comercialización para que el producto pueda, efectivamente, llegar a ellos”. En cuanto a los obstáculos legales, señala que las compras oficiales tienen una compleja reglamentación y en las grandes empresas privadas se requiere que tengan una disposición efectiva para comprar a los productores populares. Sugiere las bolsas de subcontratación como una solución. Concluye que es necesario formular mecanismos para brindar al pequeño productor un apoyo eficiente en sus procesos administrativos, productivos y de comercialización. Anota que en la microempresa, forma de organización básica de la EP, la precariedad de sus posibilidades internas plantea obstáculos a su desarrollo. La asistencia técnica a tantas y tan pequeñas unidades se vuelve difícil y costosa. Sostiene que, cuando la EP logra constituir formas asociativas, se logra complementación y escalas óptimas en las que incluso es posible conservar parte de la dinámica familiar. “En el sector rural, la organización de los productores (manteniendo su autonomía económica familiar) trae numerosas economías externas: pueden reducir los costos de la asistencia técnica, del transporte y comercialización y mejorar sus condiciones de mercadeo al presentar una oferta más significativa”.

DSP propone dos instrumentos de apoyo a la EP: los agentes promotores (AP) y las empresas comercializadoras

(EC). Los AP actúan como consultores, impulsores y asesores en lo referente a evaluación de sus oportunidades, al diseño de sus plantas, a su manejo y administración, a los aspectos técnicos del proceso productivo, a las especificaciones de sus productos y a la dinámica organizativa del grupo. No necesitan disponer internamente de todo el personal y recursos técnicos, pero deben estar en capacidad de apoyarse en organismos externos. No puede haber un modelo dogmático de AP, señala *DSP*, el cual en un comienzo puede asumir un papel protagónico e ir poco a poco entregando al grupo productor el control y manejo de su empresa. Las EC deben apoyar todo el proceso de colocación de la producción en el mercado; brindar asesoría acerca de las calidades requeridas, las normas vigentes, las tendencias de la moda; y actuar como canal de intermediación para líneas de crédito para capital de trabajo. Es fundamental que la comercializadora tenga autonomía presupuestaria y genere con su actividad sus propios recursos de funcionamiento. Por medio de ambos, el AP y la EC, otras entidades ya existentes encontrarán canales muy eficientes y especializados para hacer llegar su apoyo a la EP. “La política general de apoyo a la EP también requiere una estrategia jurídica e institucional. Las formas jurídicas y los mecanismos de registro pueden instaurarse por medio de un régimen especial, o de la adecuada reglamentación de alguno existente. Es necesario brindar a la EP procedimientos sencillos de formalización. Es muy conveniente establecer un registro mercantil único como requisito de inscripción, que cumpla las obligaciones legales en todas las instancias (municipios, seguro social, impuestos, etcétera).

El crédito a la EP. Los más exitosos programas de financiamiento a la EP son aquellos que han logrado formular

mecanismos y procedimientos ajustados a sus características y dinámica, basados en la concepción de la banca popular (BP) como los *Money Shops* de Filipinas con sus casetas bancarias y sus amortizaciones diarias para comercio popular o el *Grameen Bank* de Bangladesh con sus garantías solidarias. En América Latina hay muchas experiencias, incluyendo el programa microempresarial en Colombia y el crédito a la palabra en el medio rural de México. De las experiencias que describe *DSP*, aconseja retomar lo siguiente: a) Se requiere, ante todo, conocimiento directo del cliente, de su tradición y capacitación, de su negocio, de su reputación en la comunidad, de su producción actual o planeada, de sus canales de comercialización. b) La BP puede amoldarse a las necesidades y ritmos propios de su cliente; sus préstamos serán, por lo general, pequeños, escalonados, de rápida rotación, con amortizaciones pequeñas y frecuentes. c) La operación debe cubrir sus costos; para ello es básico cobrar lo justo al usuario y racionalizar los costos del intermediario y mejorar su eficiencia. Esta parte de *DSP* concluye haciendo notar que “el programa de apoyo a la EP puede manejar dos tipos de cuentas. Una, destinada a la capacitación y promoción, cuyo financiamiento podría correr a cargo del presupuesto como gasto no reembolsable. Llegaría a los productores populares por intermedio de los AP. La otra cuenta, de carácter reembolsable y con pago de intereses, se destinaría a los préstamos productivos. Si bien es importante crear un fondo de garantías como respaldo a los programas de financiamiento de la EP, es mucho más importante tener buenos proyectos y buenos clientes (lo que en modo alguno quiere decir clientes adinerados), que buenas garantías. El deudor popular es excelente cumplidor de sus compromisos, sobre todo porque no

puede darse el lujo de incumplir un compromiso que luego le cerrará todas las puertas del crédito. Como complemento de estas garantías ‘directas’ de la EP (garantías solidarias, asesoría en el proyecto, etcétera) resulta de gran utilidad disponer de fondos de garantías para cubrir el factor de riesgo que siempre trae consigo una operación de crédito”. Ricas ideas y experiencias para que Claudia Sheinbaum se apropie de ellas.

www.julioboltvinik.org

julio.boltvinik@gmail.com.mx