

INSTITUCIONES SOCIALES MODERNAS

M. Brugarola

Formas de Cooperación en el Artesanado y en el Comercio en Francia

Sin ánimo de presentar un cuadro completo y detallado de tales formas de cooperación en Francia, las líneas que siguen muestran que, si las estructuras comunitarias no han tenido todavía un desarrollo considerable, no pocas experiencias son efectivas bajo formas muy diversas.

La mutua ayuda.—Es la forma más conocida y más fácil. Consiste en prestarse a arrimar el hombro en algunas ocasiones, en ponerse de acuerdo los profesionales diferentes para que, en un taller, los trabajos se sucedan normalmente, en prestar material, etc.

Los grupos de productividad.—Bajo la égida de la Asociación Francesa para el Aumento de la Productividad y con el concurso de sus técnicos, artesanos de un pueblo, de un cantón o región, se reúnen de cuando en cuando para estudiar los problemas de gestión, estudios de mercados, contabilidad, etc. Igualmente, por la iniciativa de militantes: ejemplo, el Centro de Estudios Técnicos Hoteleros.

El G. A. D. E.—Lanzado por el Centro de los Jóvenes Artesanos, preocupados en poner en obra un trabajo de grupo, el G. A. D. E. se propone el estudio y la vulgarización de investigaciones técnicas y económicas concernientes al artesanado en general.

Los C. A. D. E. T.—Los Centros Artesanos de Estudios Técnicos, lanzados hace ya muchos años por la Federación Nacional de los Artesanos de la Construcción, tienden principalmente a la creación de oficinas de estudios capaces de examinar: planes, medidas, presupuestos de obras, coordinar los trabajos y reagrupar a los artesanos para que puedan juntos emprender obras importantes de construcción.

Los S. A. R. T. E. B.—El Servicio Artesano de Reparto de los Trabajos de Conservación de la Construcción es una especie de servicio de la clientela para la búsqueda de artesanos para efectuar pequeños trabajos. Una oficina centraliza las demandas y las reparte entre los artesanos adheridos.

Las Bolsas de Contratos de segunda mano.—Se colocan bajo el signo de la colaboración. Industria-Artisanado. Tienden a poner en contacto a los industriales dadores de obra con los artesanos susceptibles de efectuar trabajos de contratos de segunda mano que la grande fábrica no puede efectuar.

Los Centros de Reparto.—En el ámbito de un departamento, una oficina artesana centraliza pedidos de trabajos de todos órdenes y los reparte entre las empresas adheridas según criterios de equipo y de plazos.

Las Cooperativas.—Son numerosas, hasta el punto de que un reciente folleto ha revelado la existencia de unas 180. Tienen como fin, sea la producción en común, sea la venta común de una producción dada, por ejemplo, tallador de piedras.

Las Asociaciones.—En un espíritu de cooperación con vistas a mejorar las condiciones de trabajo, de productividad, y de vida de familia, profesionales de un mismo oficio se agrupan en sociedad; por ejemplo, una asociación de panaderos que poseen un taller común y almacenes personales.

Los Grupos de Compras.—Artesanos de un mismo oficio, constituyen para su aprovisionamiento grupos de compras de materiales con vistas a obtener mejores condiciones de precios.

Los Contratos de Mandato.—Temporalmente, es decir, para la duración de una obra, artesanos de la construcción establecen un contrato que les une hasta el fin de los trabajos que se comprometen a terminar juntos. Uno de ellos, llamado «piloto» se encarga de repartir las sumas entre los participantes a prorrata de los trabajos efectuados.

LA CARTA A SAO PAULO

Las Exposiciones de Trabajos.—Constituyen no menos una forma interesante de cooperación, lo más a menudo organizadas por los sindicatos o las uniones de sindicatos para la exposición en común de trabajos artesanos con vistas a una mayor vulgarización y busca de mercados.

Los Almacenes comunes de exposición y de venta.—En el mismo espíritu que precedentemente, los artesanos exponen y venden en un almacén común situado en grandes aglomeraciones algunas de sus producciones que constituyen conjuntos acabados.

Las U. C. A.—Las Uniones de Comerciantes y Artesanos, no específicas de los artesanos, sino que reagrupan a los comerciantes de un pueblo o de una barriada, organizan quincenas comerciales, estudian juntas algunos problemas comunes propios para obtener una gran actividad económica.

Los Viajes de Estudios.—Organizados por artesanos de un mismo oficio o de oficios diferentes, para visitar y estudiar formas modernas de producción y acondicionamiento, de gestión, constituyen formas particulares de mutua inteligencia.

LAS FORMAS DE COOPERACIÓN EN EL COMERCIO

Se ha dicho que el comercio francés era retardatario, pero las formas siguientes de cooperación rechazan el mito del comercio encerrado en su individualismo forzado. Si no han alcanzado el óptimo deseable, sin embargo, existen y se desarrollan, guardadas todas las proporciones, tan rápidamente como en los otros sectores de la economía.

Las Cooperativas de Comerciantes.—La Federación Nacional de las Sociedades Cooperativas de Comerciantes, desde el año 1878, reagrupa a cooperativas en las que profesionales han decidido agruparse en mejores condiciones y poner a la disposición de todos las investigaciones técnicas y los sostenes materiales de que pueden tener necesidad. Se cuentan en Francia 260 sociedades cooperativas que representan a 23.000 puntos de venta, a las que hay que añadir 150 grupos aislados.

Los Grupos de Compras.—De estructuras jurídicas mucho más sencillas han aparecido, en el último decenio, los grupos de compras, únicamente compuestos de detallistas. Los fines son, en grande, los mismos que los de las cooperativas, solamente difieren en algunas modalidades restrictivas en cuanto a las adhesiones (según la importancia del lugar; uno, dos o tres comerciantes pueden adherirse al mismo grupo). Los más conocidos son U. N. A. con más de 2.000 socios y C. O. D. E. C.

Las Cadenas Voluntarias.—Basados sobre la colaboración estrecha entre comerciantes al por mayor y al por menor, las cadenas se desarrollan a cadencia acelerada. El principio consiste en una especie de contrato tácito de fidelidad del comerciante respecto de su almacenista, el cual, asegurado de una venta más regular, se compromete a suministrar las mercancías a un precio mejor, a ayudar a los profesionales en materia de promoción de ventas, de muestrarios, de publicidad y aun de crédito. Algunas cadenas tienen una irradiación europea por conducto de almacenistas federados. Además, de estas formas de cooperación, por así decir institucionalizadas, otros medios todavía se ofrecen a los que desean romper con su aislamiento.

Las Acción-Piloto.—Se refieren tanto al dominio de la promoción de las ventas como al de la cooperación, y asocian en un esfuerzo común para un tiempo y para productos limitados, a los comerciantes cuidadosos de vender al mejor precio. No menos constituyen una forma primaria de colaboración.

Las U. C. A.—Con sus semanas y sus quincenas comerciales, de las que hemos hablado precedentemente.

La publicidad en común.—Esta es el hecho, sea de un grupo de comerciantes, sea de todos los profesionales de un pueblo que ponen en común algunos recursos para financiar una campaña de publicidad (en forma de anuncios, carteles, films). Algunos recurren a técnicos en publicidad. Estas acciones juegan un gran papel en la promoción de las ventas.

Los Grupos de Intercambios de Experiencias.—Son de creación relativamente reciente salidos de círculos de estudios en que los participantes, cinco o seis, ponen en común un cierto número de cifras y de resultados sobre la cifra de negocios, la tasa de rotación de los stocks, y experiencias realizadas. Igualmente, por turno, algunos comerciantes del grupo, invitados por el que recibe, proceden a una crítica constructiva de las técnicas utilizadas por este último.

Los Grupos de Autodiagnóstico.—Algunos comerciantes queriendo ir más lejos en su investigación que los grupos mencionados, se aseguran la colaboración de un asistente técnico y proceden con este último a una crítica constructiva de las técnicas utilizadas por este último. A partir del control de los gastos y de los stocks, del análisis del mercado, determinan juntos qué política adoptar en materia de compras, de promoción de las ventas, de publicidad, de calidad, tenidas en cuenta las rentas de la clientela.

El Almacén Común.—En su experiencia reciente se reduce a la sola unidad y consiste, para comerciantes de un mismo oficio o de varios, en crear y llevar juntos la gestión de un gran almacén especializado o no, con o sin libre servicio. Bajo forma de sociedad, esta experiencia merecería hacer escuela. Se puede ver en ella una forma de oposición constructiva a los monoprecios del comercio integrado.

Hacia un Supermercado de los Independientes.—Actualmente, se buscan nuevas formas de comercio, a manera de las que existen en Estados Unidos o en Suecia. Consisten en la creación de una gran superficie de venta en la que los independientes de diversas profesiones son concesionarios de uno o de varios radios en que venden sus mercancías compradas a su propio grupo de compras. Un cierto número de gastos inherentes al establecimiento se reparten sobre los concesionarios. En suma, se trataría de un vasto mercado comparable a algunos mercados cubiertos de ciudad, pero que pertenecería a comerciantes y sería permanente.

Los Viajes de Estudios para Comerciantes.—Bastantes fórmulas quedan todavía por hallar según estudios jurídicos serios, especialmente respecto del derecho de propiedad comercial que bloquea a menudo la aparición de estructuras nuevas.