

- ✓ Infraestructura adecuada, ya sea propia o alquilada.
- ✓ Capital de trabajo propio, para que no dependan del 100% del pago de su trabajo.
- ✓ Eficiencia y competencia.
- ✓ Supervisión de las actividades a desarrollar.
- ✓ Asesoría técnica a la micro empresa. En el caso del maquilado, la empresa contratante asesora a la micro empresa en aspectos técnicos productivos.
- ✓ Que sea una empresa legalmente establecida (Mínimamente que declaren IVA).

Al analizar estos requisitos, se puede inferir que la micro empresa de subsistencia y de acumulación simple difícilmente pueden establecer relaciones empresariales con la gran empresa, debido a la poca inversión en capital humano y equipos o maquinaria; ya que, adolecen de liquidez financiera o capital propio que les permita cumplir con los contratos asumidos.

A pesar de este panorama, existe la posibilidad de que algún segmento de la micro empresa pueda mejorar la capacidad técnica y financiera, a través de estrategias como la gremialización o la constitución de agrupamientos productivos (clouster, redes) que desarrollen su trabajo con la filosofía de la especialización flexible, sobre la base de las fortalezas y las oportunidades que ofrece el mercado.

Es importante consignar que, desde el punto de vista de los empresarios y empresarias del sector de la micro empresa, que han tenido relación de trabajo con la gran empresa, la experiencia no ha sido muy satisfactoria, ya que para muchos de ello/as los tiempos de pagos establecidos son muy largos (entre 30 y 40 días). Esta situación afecta la liquidez financiera y el ciclo productivo de la micro empresa. Por ello, plantean requisitos a la gran empresa entre los cuales se encuentran los siguientes:

- ✓ Respeto y honestidad.
- ✓ Créditos a corto y largo plazo.
- ✓ Ser puntuales en los compromisos que asumen.
- ✓ Posibilidad de negociar precios
- ✓ Que los pedidos sean llevados a los lugares donde se encuentran ubicadas sus microempresas.
- ✓ Agilidad en los pagos, este aspecto se refiere a los tiempos de pagos.

Como se puede apreciar, requisitos son más de carácter cualitativo, dado que se refieren a la forma de actuar de este sector.

Así mismo, se indagó con la gran empresa acerca de las áreas de interés para establecer intercambios con la micro empresa. Esto se consideró importante, porque permite visualizar algunas proyecciones para el futuro. Las respuestas más comunes fueron las siguientes:



- ✓ Maquilado de productos;
- ✓ comercialización; y
- ✓ capacitación.

Se observa, pues, que el interés de la gran empresa, es principalmente comercial y productivo, aunque existe cierto interés de apoyar a la microempresa con capacitación relacionada con el maquilado de productos.

Por su parte, los micro empresarios y micro empresarias expusieron que su interés de intercambio con la gran empresa, es mayoritariamente en los aspectos de:

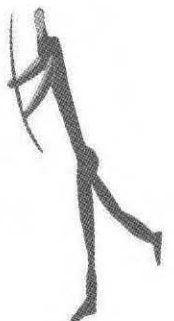
- ✓ Capacitación.
- ✓ financiamiento;
- ✓ ventas;
- ✓ provisión de materia prima; y
- ✓ fuentes de información.

Al analizar estos aspectos, se observa que algunos de ellos no responden al accionar tradicional de la gran empresa, como es el caso de los financiamientos, capacitaciones y fuentes de información. Se percibe también, que ambos sectores tienen expectativas que van más allá de las propiamente empresariales. De fortalecerse esto, se podría dar paso a una forma novedosa de relación entre la micro y gran empresa; en donde ambos resultarían gananciosas y darían un aporte importante al desarrollo económico del territorio.

En el caso del micro comercio, éste tiene relación con los intermediarios de productores y de las grandes empresas. Un ejemplo es UNISOLA, una intermediaria que funciona como distribuidora de productos de Kimberly Clark. En este caso es UNISOLA la que provee de productos a los microempresarios y microempresarias. Con respecto a las que venden frutas y verduras, compran en la tiendona. No tienen contacto directo con los productores, lo cual les limita la capacidad de negociar y vender a precios razonables para los consumidores y consumidoras.

A partir de los datos anteriores, cabe señalar que las relaciones con la gran empresa son eminentemente de comercialización y presentan una gran desventaja para la micro empresa, porque las formas y los niveles de relación se establecen en el marco que define ésta, cuya capacidad económica se pone frente a la debilidad del sector, tanto en lo orgánico como en los recursos.

No obstante, es necesario hacer notar que algunas de las respuestas vertidas por los empresarios o gerentes de la gran empresa y de la micro empresa son coincidentes, tal es el caso de la comercialización y la capacitación, aunque cada sector lo plantea desde su perspectiva e intereses.



3.3. Relación micro empresa–instituciones de apoyo

3.3.1. Instituciones que apoyan el sector

Las instituciones identificadas en el municipio, son aquellas que plantean programas alternativos, cuyo fin es fortalecer el sector de la microempresa. Estas instituciones ofrecen sus servicios a los segmentos identificados en el Cuadro No.6:

Cuadro No. 6

| Institución | Sub Sistencia | Acumulación Simple | Acumulación Ampliada | Microtop ²² |
|------------------|---------------|--------------------|----------------------|------------------------|
| Fundación Duarte | | | | |
| Calpiá | | | | |
| Fusai | | | | |
| Genesis | | | | |
| CREFAC | | | | |
| CIS/FADEMYPE | | | | |
| ACOMESoy | | | | |
| AMPES | | | | |
| TOTAL | 6 | 6 | 7 | 4 |

Fuente: Creación propia con base en datos obtenidos de las entrevistas con instituciones que trabajan con el sector en Soyapango.

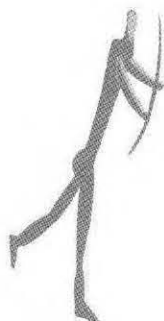
Todas las instituciones a excepción de ACOMESoy y AMPES, tienen un abanico de atención muy amplio, que abarca desde el micro comercio o auto empleo, hasta Acumulación Simple y Microtop.

En el caso de ACOMESoy, solamente atiende el micro comercio, ya que es una cooperativa creada por y para usuarias y usuarios del mercado. AMPES por su parte, solamente está interesada en el segmento de Acumulación Ampliada y Microtop.

En las relaciones establecidas con el sector se identifican básicamente dos concepciones: la primera los concibe como beneficiarios y la segunda, como clientes/as. La primera visión muchas veces deriva hacia un plano paternalista y la segunda a uno propiamente mercantilista.

Otro aspecto a señalar, es que comúnmente, son las instituciones las que buscan a los micro empresarios y micro empresarias, porque han gestionado recursos para financiar los programas destinados al sector y están obligados a ejecutarlos. Es decir, que la iniciativa para establecer relaciones con el sector la toman casi siempre las instituciones.

22. Según el LBM, el segmento Microtop está integrado en el de Acumulación Ampliada, pero las instituciones entrevistadas las tienen separadas, por esta razón se ha construido la tabla anterior tal como se presenta.



3.3.2. Programas de apoyo

Los programas de apoyo a la micro empresa en Soyapango son muy variados y están enfocados hacia el fortalecimiento gerencial, administrativo y financiero tanto del empresario y empresaria como de la empresa.

En el Cuadro No. 7 se presentan los resultados de las entrevistas con representantes de diferentes instituciones que desarrollan acciones de apoyo al sector:

Cuadro No. 7

| PROGRAMAS DE ATENCIÓN A LA MICRO EMPRESA | % |
|--|-------|
| Crédito ²³ | 85.7 |
| Capacitación ²⁴ | 57.14 |
| Ferías empresariales ²⁵ | 28.57 |
| Programa de creación de empresas ²⁶ | 14.28 |
| Servicios administrativos, contables y asesoría para la gremialización ²⁷ | 14.28 |
| Asistencia técnica puntual ²⁸ | 28.57 |
| Asesoría empresarial ²⁹ | 14.28 |
| Desarrollo para la mujer ³⁰ | 14.28 |

Fuente: Creación propia con base en datos proporcionados en las entrevistas con instituciones que trabajan con el sector.

Como se puede observar el 85.7% de las instituciones prestan servicios financieros, pero existen algunas que se han especializado en dicha área como: FUSAI, CALPIÁ, Fundación Duarte y Fundación Génesiss. Otro dato relevante es que un 57.14% ofrece capacitaciones;

23. Son programas destinados al financiamiento de la micro empresa para capital de trabajo y para inversión o compra de maquinaria.
24. Los programas de capacitación, están relacionados con módulos acerca de administración de empresas, contabilidad, estructura de costos, mercadeo; capacitaciones vocacionales con el objetivo de formación de mano de obra calificada y en otros de especialización.
25. Las ferias empresariales: son acciones de promoción desarrolladas por algunas instituciones, en las que se persigue dar a conocer el producto en diferentes lugares y mejorar los ingresos de sus asociados y asociadas.
26. Este programa está relacionado con el de formación vocacional, en donde capacitan a las personas y luego les proveen recursos financieros a través de créditos y asesoría empresarial para el establecimiento de la empresa.
27. Este programa tiene como objetivo apoyar a las micro empresas en el establecimiento de contabilidad y la papelería necesaria que le ayude a los empresarios y empresarias a gerenciar la empresas con visión; además, facilitan los procesos organizativos sensibilizando acerca de la necesidad de agremiarse para enfrentar los retos de la globalización.
28. En este programa se ofrecen servicios de asesoría especializada como: estudios de factibilidad, de mercadeo, etc.
29. Con este programa se ofrece asesoría empresarial en las áreas de gestión, producción, comercialización y otras, con el objetivo de que el empresario o empresaria conozca y aplique herramientas que les permita identificar fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades y cómo aprovechar las oportunidades y fortalezas y cómo transformar las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades.
30. Este programa promueve el desarrollo integral de la mujer, preparándola y orientándola para que pueda generar, desarrollar y administrar por si misma sus propias unidades productivas.



un 28.57% impulsa ferias empresariales y asistencia técnica puntual (aspectos gerenciales administrativos específicos y organizativos) y un 14.28% de las ofertas están relacionadas con programas de creación de empresas, servicios administrativos, contables y asesoría empresarial (Diagnósticos de situación de la empresa y empresario/a, planes de acción que abarcan las diferentes áreas de la empresa) y programas de desarrollo para la mujer.

3.3.2.1. Capacitación y asistencia técnica

Tradicionalmente, los programas de capacitación han estado supeditados a los de crédito, lo cual ha obstaculizado definir una visión integral acerca de la formación empresarial e incidido en los niveles de impacto. Las instituciones que prestan este servicio, están intentando dar un giro en su visión, que las lleve a constituir programas de capacitación y asistencia técnica independiente de los programas de crédito.

En un afán de incidir en la modificación de la visión cultural acerca del valor de las capacitaciones, La Asociación de Micro y Pequeños empresarios (AMPES), CREFAC y FADEMYPE han establecido políticas institucionales como: definir los costos reales de la capacitación, trasladar un costo simbólico a los empresarios y empresarias, con el fin de generar conciencia de la importancia de capacitarse y recuperar algún valor mínimo de los costos que estos programas tienen.

Según los representantes de las instituciones, les ha sido difícil pasar de programas de capacitación subsidiados a programas con visión de sostenibilidad. Debido a que la mayoría de microempresarios y microempresarias no tienen conciencia de los altos costos que implica ejecutar los programas de capacitación.

En el caso de AMPES muchos socios y socias no participan en los eventos de capacitación por los costos que esto significa, aunque una parte es subsidiada. Los argumentos principales que plantean son:

- ✓ El poco tiempo disponible para asistir a las capacitaciones: dado que, desempeñan las funciones operativas en sus empresas y en el caso de las mujeres hay que agregar el cuidado de los hijos e hijas (ejercen el rol productivo y reproductivo al mismo tiempo).
- ✓ La frágil situación económica y organizativa del sector.
- ✓ La falta de conciencia de la importancia de las capacitaciones.

Con respecto a la participación de mujeres micro empresarias en las capacitaciones, AMPES señala que tiene más empresarias asociadas, pero en las actividades de capacitación participan solamente entre el 30 y 40% de éstas, mientras que el resto son hombres. La facilidad para la participación de éstos es mayor.

Estos datos justifican la necesidad de hacer un análisis de género en el diseño de los programas de capacitación, con el fin de garantizar que tomen en cuenta, desde su filosofía hasta la planificación operativa, un enfoque que considere las condiciones reales que enfrentan las mujeres empresarias para ejercer su rol productivo.



La Alcaldía Municipal de Soyapango ha desarrollado un conjunto de capacitaciones dirigidas al micro comercio, por medio de la administración de mercados. Los temas desarrollados han sido los siguientes:

- ✓ Relaciones Humanas;
- ✓ Salud e higiene personal;
- ✓ Atención al cliente;
- ✓ Comunicación interpersonal;
- ✓ Relaciones genéricas;
- ✓ Violencia intrafamiliar;
- ✓ Comercialización;
- ✓ Manipulación de alimentos;
- ✓ Manejo de desechos sólidos;
- ✓ Funciones de las Juntas Directivas.

Estos procesos de capacitación han incidido en la conducta de las vendedoras y vendedores en algunos aspectos como los siguientes:

- ✓ Cambio en el uso del vocabulario con las personas que se relacionan (clientes/as y usuarios/as).
- ✓ Mejor integración, comunicación, unidad y trabajo en equipo entre las vendedoras y vendedores.
- ✓ Mayor participación y más cualificada en las diferentes actividades promovidas por la municipalidad y otras entidades.
- ✓ Mayor esfuerzo por mantener el aseo en las aceras y calles donde están ubicadas.

Además, los procesos de capacitación van potenciando la capacidad de autogestión y conducción de actividades como asambleas, rifas, almuerzos, estímulos y pago de vigilantes privados por su propia cuenta.

Otros programas como asistencia técnica puntual y asesorías empresariales son menos solicitados por los empresarios y empresarias; sin embargo, las instituciones los ofrecen con el fin de fomentar la visión empresarial y el desarrollo integral, tanto de la empresa en su conjunto como del empresario y empresaria en particular.

Muchos programas de creación de empresas están ligados o coordinados con instituciones como CREFAC, FE Y ALEGRIA y LA UNIVERSIDAD DON BOSCO que prestan servicios de formación vocacional. Otras instituciones o programas de crédito les facilitan a los capacitados y capacitadas los préstamos para iniciar microempresas.

Finalmente, existen programas especializados como servicios administrativos, contables y asesoría para la gremialización. Estos, son ofrecidos a agrupamientos empresariales y /o empresarios y empresarias en forma individual.



3.3.2.2. Servicio crediticio

Tal como se ha mencionado en el primer capítulo de este trabajo, la finalidad de la microempresa de subsistencia es generar ingresos para el consumo; por eso, carece de capacidad para acumular capital, que es un requisito para acceder a préstamos para la inversión. Estas condiciones económicas demuestran la casi nula capacidad que tienen para adquirir servicios financieros en condiciones ventajosas.

En el caso del micro comercio, el acceso al sistema financiero formal y otras instituciones es muy restringido. Se registra que las Cajas de créditos, los Bancos del sistema financiero formal, las ONG's, las cooperativas y ACOMESoy prestan este servicio solamente al 23% de los empresarios y empresarias del sector.

CALPIA, que es una institución que se constituyó con la facilitación de La Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios, tiene en sus políticas de crédito la atención al micro comercio, con montos desde $\text{¢}200.00$ en adelante.³¹

Esta institución ha desarrollado diferentes estrategias de promoción con el sector, sin embargo hasta la fecha no ha habido una demanda significativa de las y los comerciantes. A este respecto la jefa³² de la Agencia Soyapango, expresa que: "Han desarrollado publicidad específica dentro del mercado, sin embargo no obtuvieron la respuesta esperada".

Las interrogantes sobre cuál deberá ser la forma de incidir en este sector, para disputarle el mercado crediticio a los y las prestamistas todavía no ha sido respondida en su totalidad, aunque existen algunos indicios que podrían indicar el camino a seguir a este respecto.

La Fundación Génesis su misión apoyar a la micro empresa, específicamente al micro comercio, como canasteras y ambulantes; sin embargo, las solicitudes a esta institución son mínimas.³³

La Fundación José Napoleón Duarte ofrece créditos solamente para mujeres, haciendo eco de la alta presencia de mujeres en este sector.

Los prestamistas o usureros tienen una demanda de créditos del 77%³⁴ en el micro comercio, cuyos intereses oscilan entre 20 y el 30% diario. A pesar de la existencia de instituciones, que ofrecen tasas entre el 24 y el 40% de interés anual, los comerciantes y comerciantas siguen prefiriendo los créditos de los usureros(as).

La pregunta obligada es ¿Por qué la aceptación de los prestamistas?. Se puede inferir que los servicios de crédito tienen características no deseables para el subsector, como el papeleo que se debe realizar, la obligación de participar en charlas pre-créditos, la exigencia de fiadores y fiadoras, el tiempo de espera. Estos parecen ser los obstáculos principales,

31. Según informó la Lic. Sandra Mirlena de Molina jefa de la agencia de Soyapango.

32. Lic. Mirlena de Molina, jefa de agencia Soyapango. Entrevistada el 26 de agosto de 1999.

33. Según informó la Lic. Marta Celia de Alfaro, jefa de la agencia de Soyapango.

34. RODRIGUEZ, Marcos y otros. *Análisis y propuestas para el desarrollo de una política municipal de promoción del sector del micro y pequeño comercio ubicado en el centro de Soyapango. Tomo I, Sin editar, pág. 44.*



para que el micro comercio prefiera a los prestamistas; y por consiguiente la demanda de los servicios que prestan instituciones especializadas como la Fundación Génesiss, FADEMYPE, CALPIÁ, CREFAC, PROCOMES, ACOMESDY y La Fundación Duarte³⁵ sean menos significativas.

Otro aspecto relevante, es que todos estos servicios son ofrecidos como apoyos aislados y en forma individual por cada una de las instituciones, dado que no existe una articulación entre ellas.

3.3.3. Impacto de los servicios de apoyo a la micro empresa

En Soyapango trabajan con programas de apoyo a la micro empresa alrededor de 15 instituciones³⁶: En el Cuadro No. 8 se presenta la población aproximada que atienden algunas de ellas mensualmente:

Cuadro No. 8

CANTIDAD DE POBLACIÓN ATENDIDA

| INSTITUCIONES | PROMEDIO MENSUAL |
|---------------------|------------------|
| FUSAI | 20 |
| GENESSIS | 43 |
| CALPIA | 150 |
| CREFAC | 50 |
| CIS/FADEMYPE | 100 |
| Fundación Duarte | 85 |
| AMPES ³⁷ | |
| TOTAL | 448 |

Fuente: Creación propia con base en datos proporcionados en las entrevistas con instituciones que trabajan con el sector.

Como se observa, el total de casos atendidos por 6 de las 7 instituciones entrevistadas por mes son de 448; por año resultan 5,376 casos, que representan el 33.6% del universo de micro empresas que aproximadamente se localizan en el municipio.

Además de las instituciones entrevistadas³⁸, se ubican en el municipio Las Cajas de Crédito de Soyapango, Figape, BANCTSOY, Banco Agrícola Comercial, BANCASA, Banco de Comercio, Banco Ahorromet, Banco Desarrollo e Inversiones y Banco Cuscatlán. Siete

35. Los programas de crédito de la Fundación Duarte están dirigidos a mujeres.

36. Las entrevistas fueron administradas a representantes de 7 instituciones que representan una muestra del 46.66%.

37. No proporcionó datos desagregados por Municipio.

38. El criterio para seleccionar las instituciones entrevistadas fue que su misión estuviera orientada a atender al sector de la micro empresa.



instituciones son del sistema financiero formal y no se incluyeron en las entrevistas, porque no tienen como misión específica trabajar en función del desarrollo del sector de la microempresa.

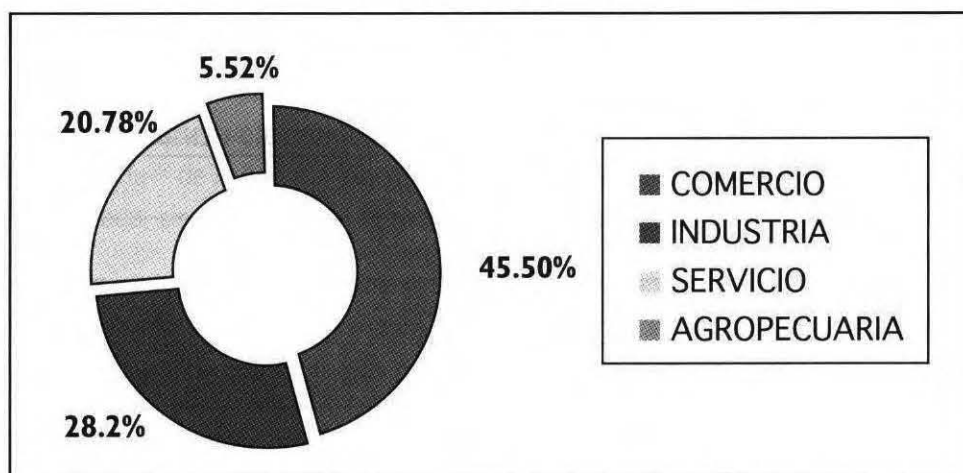
Cabe resaltar, que hasta la fecha no existen servicios articulados hacia la microempresa, lo que limita el impacto que éstas instituciones puedan lograr con respecto a generar cambios cualitativos y cuantitativos en el sector.

3.3.4. Clasificación de las ramas atendidas por las instituciones entrevistadas

Las ramas atendidas según los resultados de las entrevistas, confirman el predominio del comercio que representa el 45.50%, tal como se observa en el Gráfico No. 5:

Gráfico No. 5

Ramas atendidas



Fuente: Creación propia con base en datos obtenidos en las Entrevistas con instituciones que trabajan con el sector.

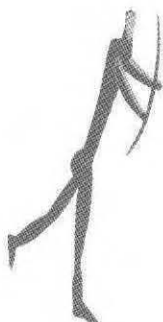
Estos datos confirman que la estructura de la economía del municipio, se fundamenta en la transacción de productos y servicios.

3.3.5. Políticas institucionales hacia el sector

Las políticas de las diferentes instituciones hacia el sector, responden en buena medida a la visión y a los compromisos asumidos con los organismos financieros o cooperantes que apoyan el desarrollo de sus programas.

Para el establecimiento de las políticas financieras toman en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Factor de riesgo.
- ✓ Niveles de inversión y ganancias.
- ✓ Las garantías: Solidarias, prendarias e hipotecarias (comúnmente en este sector las que predominan son las solidarias y prendarias).
- ✓ Rama en que se ubica la micro empresa.



Las políticas crediticias, responden en primer lugar, a la necesidad de mantener una cartera de préstamos sana y en segundo, a apoyar iniciativas económicas sostenibles. Las políticas son generales, es decir, no existen políticas subsectoriales que garanticen acciones positivas hacia los sectores más vulnerables de la micro empresa, como las de "cuenta propia", donde se concentran mayoritariamente mujeres.

Con respecto a los criterios para establecer las políticas de capacitación se pueden mencionar los siguientes:

- ✓ Los costos de la capacitación.
- ✓ La demanda.
- ✓ La utilidad.
- ✓ La resolución de problemas.

Las políticas de capacitación, en muchos casos, no toman en cuenta las condiciones específicas de los empresarios y empresarias, por ejemplo, que la mayoría son mujeres (el triple rol de la mujer y los horarios) o los bajos o casi nulos niveles educativos.

Se plantean algunos aspectos que deberían tomarse en cuenta en las políticas institucionales, por ejemplo:

- ✓ Sustituir los requisitos exigidos actualmente por otros de igual peso, pero en términos cualitativos, como referencias de amigos y amigas, vecinos y vecinas.
- ✓ Enfatizar en la capacidad de pago y no en los activos de la empresa.
- ✓ Establecer mecanismos ágiles, que no requieran tantos trámites administrativos, ya que estos no incentivan el uso de los créditos de las instituciones existentes.
- ✓ Establecer mecanismos flexibles de pagos adaptándolos a la situación de cada uno de los subsectores que tiene la micro empresa.

3.4 Relación microempresa-municipalidad

La relación entre la microempresa y la municipalidad se abordará en dos planos: 1) La relación que existe entre la micro empresa diseminada en el municipio y la municipalidad; y 2) La relación que existe entre el micro comercio y la municipalidad, que presenta una particularidad, que es el uso que hace aquella de bienes municipales (mercados y espacios públicos) para realizar su trabajo.

En cuanto al primer plano, se registra que la relación de la micro empresa con la municipalidad se reduce a dos situaciones: primero, al pago de tasas por los servicios de alumbrado público, recolección y disposición final de los desechos sólidos; y segundo, al pago de impuestos. Es una relación de recaudador y contribuyente. En este caso, es la alcaldía quien pone a funcionar su sistema institucional para hacer efectivos los cobros, siempre y cuando estén registradas en la base de datos.



En el caso de la relación micro comercio–municipalidad, está basada en el uso que hace el primero de la infraestructura municipal (Mercados) y los espacios públicos. La relación es entre prestador de servicios y usuarias/os. El mecanismo de relación es institucionalizado a través de la Administración de Mercados y una comisión del Concejo Municipal. Asimismo, para facilitar la comunicación, ésta unidad ha realizado esfuerzos para modernizar los procedimientos y procesos, que le permitan tener un conocimiento más concreto de la situación del subsector. Para ello, ha desarrollado en coordinación con otras instituciones algunas acciones concretas, entre ellas:

- ✓ Un censo desarrollado por FUNDE en septiembre de 1997.
- ✓ Documento de análisis y propuesta para el desarrollo de una política municipal de promoción del micro comercio ubicado en el centro de Soyapango.
- ✓ Empadronamiento realizado por PRODEL en 1999.
- ✓ Promoción y coordinación de capacitaciones con el objetivo de generar una visión empresarial en las y los comerciantes. Estos programas contemplan temas como mercadeo de productos, higiene personal, manejo de desechos sólidos, atención al público, relaciones humanas.

También, cabe señalar que los servicios tradicionales que presta la municipalidad son: vigilancia, mantenimiento de infraestructura, saneamiento ambiental, inspección de la calidad y procedencia de las carnes, garantizar que las personas que prestan servicios de alimentación mantengan las medidas higiénicas necesarias, campañas de limpieza y fumigación.

Por otra lado, es alentador constatar que la administración municipal durante el período 1997–2000, dio un giro con respecto a la visión tradicional acerca del sector que se reducía a cobrar las tasas municipales por los servicios que presta y que son un mal necesario para que funcione el comercio. Este giro consiste en visualizar el micro comercio, como un sector económico que puede incidir positivamente en el desarrollo del municipio.

3.4.1. Infraestructura destinada para el micro comercio

La infraestructura con que cuenta el municipio para las y los comerciantes son: un mercado en el Centro de Soyapango, uno en el Matazano y otro en Credisa. Estos resultan insuficientes para responder al crecimiento del subsector.

El déficit de espacio adecuado para que las y los comerciantes realicen su trabajo se agrava por la falta de higiene, agua y alumbrado. Según FUNDE⁴⁰, estos son los tres principales problemas que afectan el buen desarrollo del micro comercio.

Para mejorar esta situación la municipalidad ha realizado algunas inversiones como la reconstrucción del pabellón No. 2 del mercado del centro de Soyapango que se quemó en 1998, recuperación de las instalaciones actuales, establecimiento de plan de fumigación y limpieza periódica, lo que ha permitido mantener el concepto de mercado saludable.

39. RODRIGUEZ, Marcos y otros. *Obra citada* pág.



En el caso del mercado de Credisa, la municipalidad financió la construcción de una placita dentro del mercado, para reubicar a las vendedoras y vendedores que estaban en las aceras y sus alrededores. Aunado a esto, existe un nivel aceptable de seguridad, porque la Junta Directiva del mercado ha contratado un vigilante diurno, que lo pagan con sus propios recursos. Otra inversión realizada es la ampliación del mercado el Matazano (construcción de 33 nuevos puestos).

Estas inversiones realizadas, han tenido un impacto positivo en la relación entre la municipalidad y el micro comercio, lo cual ha posibilitado promover espacios de coordinación y concertación de esfuerzos para darle una nueva visión al rol del micro comercio y la Alcaldía Municipal.

No obstante, a pesar de estas acciones en visita de observación realizada en septiembre de 1999 al Pabellón No. 3, se percibe un total abandono, falta de higiene y malos olores que inciden en la disminución de las ventas. Igual suerte corre el mercado del Matazano, ya que se encuentra cerca un basurero a cielo abierto que afecta la salud y la imagen del mercado.

Por último, es importante señalar que existen proyecciones por parte de la municipalidad de construir la IV Etapa del Mercado Central y el mercado periférico "Las Margaritas". Estas acciones pretenden minimizar el problema.

3.5 Relación micro empresa-territorio

3.5.1 Inversión para el desarrollo local

El desarrollo local es un tema relativamente nuevo en el contexto municipal, por lo que demanda realizar esfuerzos para ampliar y profundizar el debate y discusión de la temática.

Para abonar al debate, la FUNDE plantea que desarrollo local es la búsqueda de elevar la calidad de vida de las personas y las familias del territorio de Soyapango, para lo cual se requiere "combinar el crecimiento económico, la equidad, la mejora sociocultural, la sustentabilidad ambiental, la equidad de géneros, la calidad y equilibrio espacial, sustentada por procesos democráticos participativos y concertación entre los diferentes actores del municipio.⁴⁰

Tomando como punto de partida esta conceptualización, no es sino hasta en el período 1997-2000 que la administración municipal comienza a generar reflexión al respecto y que el tema se convierte en punto de discusión en algunos espacios como: cabildos abiertos, asambleas comunales, asambleas sectoriales y reuniones específicas de funcionarios de la municipalidad con los representantes de sectores integrados en el Consejo de Desarrollo de Soyapango (CDS).

Estas reflexiones y discusiones han tenido aceptación y actualmente existe un proceso de toma de conciencia en torno a la necesidad imperante de que los distintos sectores y

40. "Ver: Desarrollo Regional/Local en El Salvador: Reto estratégico del Siglo XXI. Alberto Enríquez, María Elena Moreno, Marcos Rodríguez y otros. FUNDE. San Salvador, E.S. Segunda Edición 1999.



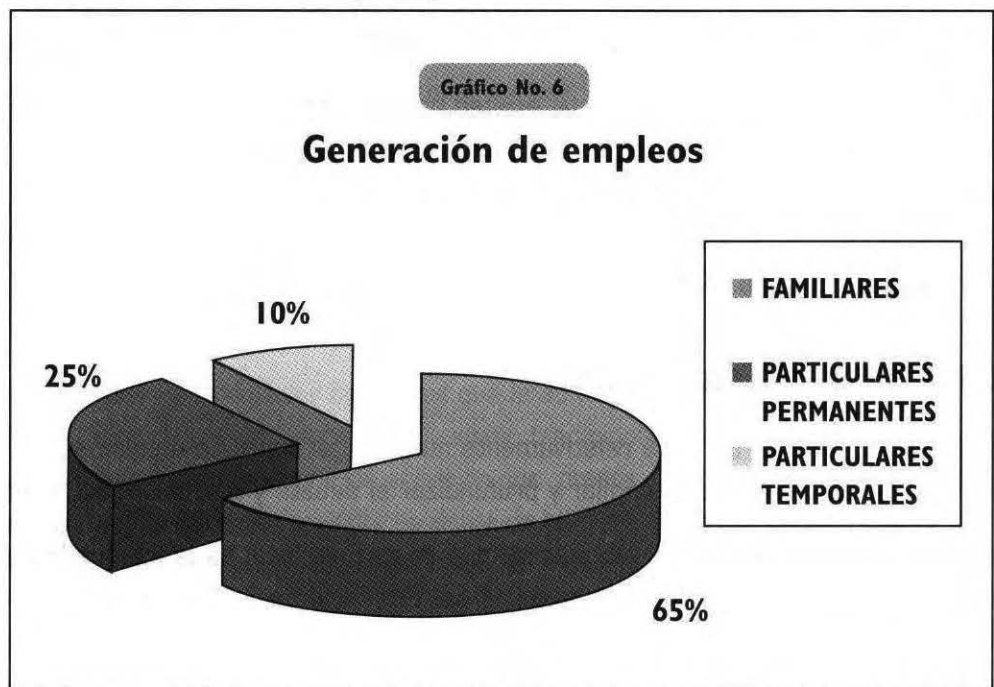
actores inviertan recursos para el desarrollo local, diferentes a los establecidos con carácter obligatorio que se pagan por medio de la recaudación de tasas e impuestos.

Una parte aún pequeña del sector empresarial, que hasta hace poco no se había interesado en el desarrollo de Soyapango, ha comenzado poco a poco a participar en forma consciente en este proceso. Aunque, este sector ha realizado aportes, en dos aspectos:

- ✓ La generación de empleos e ingresos.
- ✓ El pago de tasas e impuestos a la municipalidad.

3.5.2 Generación de empleos por la microempresa

De acuerdo con los datos recabados y consolidados en el Gráfico No. 6, los empleos generados se clasifican así:



Fuente: Creación propia con base en la información proporcionada por las diferentes instituciones que trabajan en el territorio.

Con los datos presentados se concluye que la micro empresa en Soyapango genera mayoritariamente empleo familiar, alcanzando un 65%. Esto significa, que la micro empresa absorbe al grupo familiar desempleado y responde directamente a niveles de subempleo que existe tanto a nivel local, como nacional.

La generación de empleos por el micro comercio se da en las ventas de carnes, lácteos, bazares y comedores. Aproximadamente el 25% de 564 unidades económicas generan entre 1 y 2 empleos mayoritariamente familiares. Es importante hacer notar que los salarios pagados están por debajo del mínimo, la jornada laboral es de más de 8 horas diarias y se carece de prestaciones sociales y médicas. En este caso particular hacen uso de la clínica médica que subsidia la municipalidad.



También, cabe mencionar que generan empleos indirectos tales como: el uso de transporte de mercadería, los cargadores y descargadores. En otras palabras, el micro comercio sirve como "comodín" para el sistema, ya que recibe los desempleados que produce el Estado y que no puede absorber la empresa privada.

3.5.3 Aporte a los ingresos municipales

La municipalidad tiene calificadas aproximadamente 5,500 micro empresas con una tarifa fija de ¢10.00 de impuestos mensuales, las cuales tienen menos de ¢10,000.00 de capital; y otra cantidad similar con una tarifa de más de ¢10.00 hasta ¢ 30.00, con capital hasta ¢100,000.00

De acuerdo a los resultados obtenidos por la encuesta elaborada por la FUNDE en enero de 1999, existe un 23.8% de personas que tienen como ocupación principal "Cuenta propia y patrono". Sin embargo, el aporte al municipio solamente lo realizan las empresas que están calificadas y que son aproximadamente 11,000. Tomando como punto de partida este dato, el aporte promedio en impuestos al año es de ¢1,650,000.00, que representa el 5.15% del presupuesto anual de la municipalidad, tal como se presenta en el Cuadro No. 9:

Cuadro No. 9

APORTE DE LA MICRO EMPRESA

| Clasificación | Aporte Anual |
|---|----------------------|
| 5,500 empresas de auto empleo y subsistencia | 660,000.00 |
| 5,500 empresas de acumulación simple y ampliada | 990,000.00 |
| TOTAL | ¢1,650,000.00 |

Fuente: Creación propia con datos aproximados proporcionados por la municipalidad.

Asimismo, el micro comercio ubicado en los mercados y sus alrededores, además de generar ingresos a sus familias, también paga a la municipalidad en concepto de tasas, un promedio de anual de ¢2,280,000.00. Una parte es redistribuida a través de los servicios municipales y otra sirve para subsidiar otros servicios que presta la municipalidad a la población.

La valoración del impacto se identifica fundamentalmente, en términos sociales, ya que muchas de las personas que tienen su fuente de ingresos en este sector, carecen de otras opciones laborales.

3.5.4 Marco legal

Hablar de regulaciones a este sector, cuya naturaleza y surgimiento se da como una respuesta a la incapacidad del sistema o mercado laboral de absorber mano de obra calificada



y no calificada; es decir, que surge como alternativa ante los índices de desempleo en el ámbito nacional y local, es complejo y delicado.

En todo caso, al abordarlo debe tomarse en cuenta los orígenes, los beneficios y los problemas inherentes a este fenómeno.

Las opiniones recabadas acerca de la necesidad de establecer un marco legal, plantean los siguientes aspectos:

- ✓ Que es conveniente siempre y cuando se haga en el sentido de buscar programas de apoyo al sector y establecer regulaciones con el fin de mejorar su funcionamiento y cualificar su crecimiento.
- ✓ Esto sería positivo para el sector, porque establecer una regulación con el objetivo planteado, crea la posibilidad que las instituciones del gobierno central y locales tomen conciencia, en primer lugar, de la existencia del sector; en segundo, de su capacidad de generar ingresos y en tercero de la necesidad de actuar con políticas desde lo local hacia lo nacional y viceversa

Algunos riesgos que podría traer la regulación del sector son:

- ✓ Crear un nuevo sector siempre al margen de las regulaciones.
- ✓ Crear más intermediación.
- ✓ Limitar el acceso de personas que tienen necesidad de buscar alternativas de ingreso.
- ✓ Reducir sus ganancias.
- ✓ Crear controles innecesarios.

Sin embargo si el enfoque de la regulación fuera de buscar alternativas de apoyo al sector, esto pudiera traer los siguientes beneficios:

- ✓ Políticas de apoyo al sector.
- ✓ Incentivos concretos.
- ✓ Políticas para acceder en mejores condiciones a diversos financiamientos.

