

EL DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA EN EL SALVADOR: BANCOS COMUNALES, CAMBIO DE VALORES, Y EDUCACIÓN INFORMAL¹.

Gasper F. LoBiondo, S.J.
(Woodstock Theological Center en Georgetown
University, USA)

Rafael Antonio Pleitez
(Universidad Centroamericana
José Simeón Cañas, El Salvador).

Introducción.

Uno de los avances más importantes que se han llevado a cabo en los últimos años en el área de programas para el desarrollo microempresarial ha sido la creación de instituciones que han hecho accesible el crédito a personas que no han obtenido crédito en la banca formal. Han habido importantes innovaciones con el uso de marcos no-tradicionales para reducir el riesgo y los costos administrativos en el otorgamiento del crédito a los microempresarios (Otero y Rhyne 1994: 3). La metodología de los grupos de solidaridad en los bancos comunales contiene estas innovaciones.

Sin embargo, mientras que se han ido desarrollando mecanismos que han hecho posible el acceso al crédito, algunos programas de bancos comunales que tienen como objetivo contribuir al alivio de la pobreza de sus clientes han encontrado que "es necesaria una asistencia adicional en orden a ayudar que las mujeres microempresarias desarrollen sus negocios más allá de los niveles de subsistencia" (Holt en Otero y Rhyne 1994: 161). De ahí que, el modelo ha sido ampliado para incluir asistencia técnica o un componente educativo. Un enfoque "minimalista" de capacitación es menos efectivo en programas que los beneficiarios tienen comparativamente niveles más bajos de educación (McKean en Rakowski 1994: 205).

En Septiembre de 1994, el Catholic Relief Services en El Salvador (CRS/ES) inició un programa para microempresas urbanas incorporando un componente más dinámico de capacitación en su trabajo de campo (CRS/ES, Marzo 1994). El término usado para este nuevo componente es "Educación Económica Popular" (EEP) (Thys and Painter 1994: 17). La finalidad detrás del programa de EEP es que si este programa de capacitación llega a ser más efectivo que los programas bajo un enfoque "minimalista", éste ayudará a la sostenibilidad de las microempresas. Este estudio es una respuesta a la necesidad por "un análisis más cuidadoso del potencial de diferentes formas de asistencia no-financieras" en el campo de la investigación sobre el desarrollo microempresarial (Boomgard, AID Microenterprise Stocktaking 1989: 83).

El programa de "Educación Económica Popular" (EEP) necesita ser diseñado de tal forma que la capacitación y la asistencia técnica sea adaptada a una población, beneficiada por el CRS, que en su gran mayoría son mujeres pobres. "Los programas de capacitación y asistencia técnica deben ser respaldados solamente cuando ellos respondan a las necesidades económicas de los microempresarios" (Boomgard 1989: 83-84).

En particular, el énfasis sobre la toma de decisiones empresariales, el análisis de situaciones, la resolución de problemas, y la auto-estima contribuyen a nuevos y potencialmente importantes factores para superar políticas tradicionales de crédito y asistencia no-financiera que buscan combatir la pobreza.

Financiado por el North-South Center de la Universidad de Mia-

mi, este estudio describe la población que está siendo atendida por el programa de microempresarios del CRS/ES. Como fruto de esta investigación se han producido dos principales conjuntos de resultados. Primero, una serie de lineamientos que pueden tomarse en consideración en el diseño e implementación de una capacitación más efectiva para el nuevo programa de Educación Económica Popular. Segundo, información que puede servir de base para un análisis comparativo una vez el programa de la EEP se encuentre funcionando por un año o más.

1. Aspectos Conceptuales.

En este estudio, el término "bancos comunales" se refiere a la particular forma de cooperación social entre prestamistas y ahorrantes que caracteriza la metodología a través de la cual el CRS/ES estructura la prestación de sus servicios financieros.

El término "valor" se refiere a aquéllo que es considerado estimable para uno mismo y para el bien común. Implica un juicio humano que es autónomo, responsable, y libre (Lonergan 1993: 36-38).

El término "educación informal" se refiere al enfoque del programa llamado Educación Económica Popular (EEP) que está desarrollando el CRS/ES. El cual enfatiza aquellos elementos que se ajustan mejor a personas que son analfabetas, analfabetas funcionales, o personas que no son capaces de contar mentalmente. En este estudio, el programa EEP es una función de valores cambiantes, y no de una transculturización estática de habilidades empresariales que son exclusivamente técnicas. Personas con poca o ninguna educación formal resuelven sus problemas de negocios cuando toman en consideración en forma apropiada los factores circunstanciales. Así datos que describan su experiencia pueden servir como punto de partida para los diseñadores del programa EEP.

El enfoque de educación informal enfatiza la discusión de grupo. Asume que la mayor parte del curriculum se ajusta a las circunstancias de las decisiones estratégicas de los microempresarios y debe adecuarse a las necesidades de los microempresarios —especialmente de aquéllos que son analfabetos y que no pueden contar mentalmente—.

En el fondo, nos estamos enfrentando al problema del proceso de

aprendizaje, mediante el cual, el desarrollo microempresarial puede llegar a ser un proceso capaz de sostenerse a sí mismo desde un punto de vista endógeno. Esto es cierto si uno conceptualiza el desarrollo primariamente no como un proceso de acumulación de capital sino como un proceso en que se incrementa el conocimiento práctico (Razeto 1990: 150). De ahí que, es crucial para la solución de este problema cómo se conceptualizan y atienden las necesidades de capacitación de los microempresarios. Si las habilidades necesitadas son meramente operaciones técnicas, los programas van a enfatizar contenidos. Sin embargo, si lo que se busca son desarrollar habilidades para la resolución de problemas, los programas tenderán a poner más peso en las habilidades de la toma de decisiones. Consecuentemente, estos programas enfatizarían el proceso. Este es el enfoque que se toma en este estudio.

El estudio establece una relación conceptual entre necesidades de capacitación —educación informal— en el programa de bancos comunales del CRS/ES y los valores cambiantes. De ahí que, la pregunta llega a ser, qué clase de conocimiento y habilidades le sirven más a los microempresarios? El conocimiento es entendido aquí como basado en la experiencia y también como una información que conlleva a cambios en los microempresarios, de forma tal que ellos pueden tomar decisiones que resulten en creación de riqueza, mayores capacidades, y una mayor libertad (Drucker 1989: 251). El cambio viene de reemplazar el hábito que “consiste en decisiones en las cuales lo que decidimos tiene un valor tan inmenso para nosotros que usualmente no somos ni siquiera conscientes de las alternativas” (Boulding 1985: 77). En la medida que los microempresarios construyan sus conocimientos sobre las consideraciones de cursos de acción alternativos, ellos han cambiado porque sus valores han cambiado. De ahí, el porqué de la variable “valores cambiantes” en el título de este estudio.

Tres componentes básicos o valores centrales que pueden servir como base conceptual para entender el desarrollo microempresarial en el contexto de combate a la pobreza mediante los bancos comunales son (Goulet 1971: 87-94): (1) la necesidad humana por subsistir puede conllevar a una lógica económica que puede contribuir a la sostenibilidad; en este estudio, la lógica económica está relacionada con el concepto de costo de oportunidad; (2) la capacitación en habilidades tales como la toma de decisiones puede contribuir a la

auto-estima y fortalecer la personalidad de los participantes con lo cual el resultado podría ser una mejora en la habilidad de administrar los riesgos; y (3) la necesidad humana por autonomía puede conllevar a la responsabilidad, la cual en este estudio está relacionada con el concepto de toma de decisiones estratégicas. Estos valores contribuyen a ser innovador lo cual es el corazón de un desarrollo autónomo microempresarial.

2. Antecedentes

El contexto de este estudio es el desarrollo de mecanismos de financiamiento para microempresarios en el nuevo marco de economía abierta en El Salvador. Primero, debemos tener presente que la banca formal ha ofrecido alguna atención a este sector. "Se estima que aproximadamente 6% del monto total de préstamos de los bancos comerciales se dirige a la pequeña y microempresa. Pequeña empresa es definida como aquella que tiene activos desde \$11,500 hasta \$88,000 y microempresa como aquellas que tienen activos por debajo de \$11,500" (Interdisciplinare Project Consult GmH 1993: 52). La tendencia en los años recientes con la banca privatizada ha sido el incremento del volumen de crédito para este grupo de empresas. La explicación de esto no es tanto un mayor número de clientes sino que el promedio del monto prestado se ha duplicado. Esto implica una mayor exclusión de microempresarios como los que atiende el CRS del acceso a crédito en la banca comercial. En otras palabras, el incremento en el volumen de crédito en la banca comercial para la pequeña y microempresa no satisface la demanda por capital de trabajo que tienen la mayoría de microempresarios en el sector informal.

Por esta razón han sido creadas nuevas instituciones financieras cuya población objetivo serán la pequeña y microempresas. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es uno de los principales oferentes de capital para estas nuevas instituciones. Más aún, la microempresa ha llegado a constituirse en un área separada dentro de la política de desarrollo social (1994-99) en El Salvador (FUSADES Oct. 1993). En palabras de la directora de política económica y social del Ministerio de Planificación (MIPLAN), el actual gobierno todavía no tiene formulada una política para la microempresa en vista que el enfoque tradicional de expandir el ac-

ceso al crédito para este sector y brindar asistencia técnica formal no ha resultado en un desarrollo sostenible de las microempresas.

Entre 1988-1990, la pobreza urbana tendió a incrementarse. Por ejemplo, la proporción de hogares por debajo de la línea de pobreza en el área metropolitana de San Salvador paso del 46.1 % a 49.5% (Briones 1992: 50). En este contexto, las iniciativas de desarrollo microempresarial tales como el programa EEP del CRS/ES se convierten en programas relevantes en términos de esfuerzos para el combate de la pobreza.

El programa de bancos comunales del CRS se subdivide en tres grupos. Cada grupo utiliza la misma metodología de préstamo con garantía solidaria del grupo y ahorro forzado pero el proceso contiene una serie de ciclos a través de los cuales se va incrementando los montos de los préstamos. Los tres grupos son los siguientes: (1) Bancos Comunales los cuales en promedio tienen 25 miembros, con préstamos iniciales de ₡400 hasta ₡2,470 después de dos años, el ciclo de cada préstamo es de cuatro meses con una tasa de interés del 3% mensual, y se requiere un ahorro del 20% sobre el monto del préstamo con lo cual se crea una cuenta externa que administran directamente los miembros del banco; (2) Grupos de Apoyo Mutuo de Subsistencia los cuales tienen aproximadamente 6 miembros, préstamos iniciales de ₡1,000 hasta un máximo de ₡6500 después de 2 1/2 años, el ciclo de cada préstamo es de 6 meses con una tasa de interés de 3% mensual, se requiere 20% de ahorro sobre el monto prestado en el ciclo de 6 meses, y estos microempresarios tiene activos entre \$115-\$1140; (3) Grupos de Apoyo Mutuo de Acumulación Simple los cuales tienen aproximadamente 5 miembros, préstamos iniciales de ₡3,000 hasta ₡10,000 al tres por ciento de tasa de interés mensual, el ciclo del préstamos es de 6 meses, 20% de ahorro sobre el monto prestado en el ciclo, y tienen activos en promedio entre \$1140-\$2845.

3. Método de Investigación.

Se realizaron ciento doce entrevistas semi-estructuradas con microempresarios y cuatro extensionistas en ocho diferentes localidades con el objetivo de obtener información cualitativa. Esta información se relaciona no sólo con la racionalidad económica de los microempresarios sino también con los conceptos de empoderamiento personal² y autonomía.

Se realizó una encuesta con un cuestionario que contiene 53 preguntas teniendo en mente las decisiones estratégicas empresariales (anexo 1). La encuesta cubrió 33 agrupaciones de microempresarios de un total de 337 agrupaciones de microempresarios cubiertos por el CRS. La muestra cubrió 185 microempresarios y el error muestral es de +/- 0.065. Un índice de costo de oportunidad fue creado para determinar el conocimiento práctico de este concepto y la lógica económica de los microempresarios.

Tres índices fueron creados y probados en sus niveles de asociación con el tipo de grupo y ciclo de operación en que se encuentran los microempresarios. El primero fue el índice de costo de oportunidad, creado a partir de la combinación de los resultados de las preguntas catorce, quince, y diecisiete del cuestionario (anexo 1). El índice tiene un rango de uno a seis, el valor de seis corresponde a aquellos cuyas respuestas reflejan un conocimiento práctico muy bueno del concepto de costo de oportunidad. La media del índice es de 2.94 el cual indica que en promedio los microempresarios tienen un conocimiento práctico aceptable del costo de oportunidad en la toma de sus decisiones. El segundo índice fue el del crecimiento de los ingresos. El tercer índice fue el de creación de empleo.

El concepto de costo de oportunidad es posiblemente el concepto más fundamental en economía. Un conocimiento práctico bueno del costo de oportunidad a la hora de tomar decisiones estratégicas empresariales tales como cuánto prestar, ahorrar, invertir, comprar, vender, etc. implica entender el valor de la acción alternativa no realizada. Esta idea es usada en este estudio para detectar si cualquier microempresario utiliza este criterio económico para tomar sus decisiones estratégicas en lugar de otros criterios. Consideramos que el uso práctico del concepto de costo de oportunidad es un elemento esencial en las decisiones que se toman en las empresas.

4. Resultados.

De la muestra estudiada, el 42% lo constituyen bancos comunales, el 32% grupos de apoyo mutuo de subsistencia, y 27% son grupos de apoyo mutuo de acumulación simple (ver figura 1).

Figura 1
Encuestados según tipo de grupo

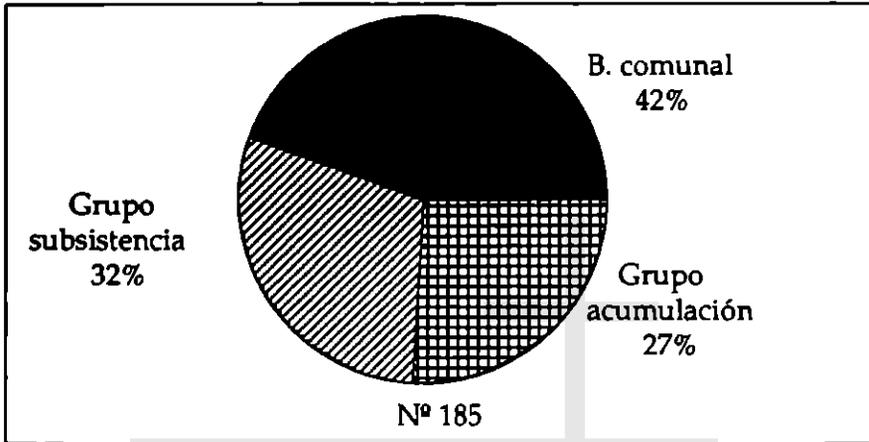


Ilustración 1.

4.1 Datos Demográficos (Cuadro 1).

De los encuestados, 92.3% son mujeres. La media en la edad es de 41 años y sólo 10% tienen menos de 26 años. Esto nos muestra que el programa está trabajando con una población relativamente vieja en el contexto salvadoreño. El hecho que el 42% de las microempresarias son el principal proveedor de sus hogares afectan las variables que pueden ser operativas para la toma de sus decisiones estratégicas. Y este hecho se mantiene en los tres diferentes agrupaciones de microempresarios con los cuales trabaja el CRS (ver cuadro 2). El 67% de los encuestados se encuentran casados o acompañados y tienen en promedio tres personas dependientes de sus ingresos (ver figura 2).

La tasa de analfabetismo es del 26.2%. Si a ésta le sumamos un 27.3 que sólo ha cursado hasta primer ciclo, se puede estimar que la tasa de analfabetismo funcional es aproximadamente del 53.5% en esta población (ver cuadro 1).

Finalmente, el 59% no pertenece a ninguna organización social, un 33% dice pertenecer a grupos religiosos. Normalmente las personas obtienen información y se socializan a través de pertenecer a grupos fuera de sus familias. Este no es el caso para la mayoría de las

microempresarias que participan en el programa del CRS. Consecuentemente, esto pone un mayor peso al potencial social del programa de EEP.

Cuadro 1
Distribución de la población encuestada
según variables demográficas y tipo de grupo
(En porcentajes)

VARIABLES	TIPO DE GRUPO			TODOS
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación	
SEXO				
Femenino	94.7	94.8	85.1	92.3
Masculino	5.3	5.2	14.9	7.7
GRUPOS DE EDAD				
18- 25 años	9.2	12.1	8.2	9.8
26- 40 años	43.4	34.5	38.8	39.3
41- 55 años	35.5	37.9	36.7	36.6
56 años y más	11.8	15.5	16.3	14.2
NIVEL DE ESTUDIOS				
Ninguno	34.2	22.4	18.4	26.2
Primer ciclo	28.9	29.3	22.4	27.3
Segundo ciclo	22.4	27.6	28.6	25.7
Tercer ciclo	10.5	13.8	22.4	14.8
Bachillerato	3.9	5.2	6.1	4.9
Superior	0.0	1.7	2.0	1.1
ESTUDIO VOCACIONAL				
No	75.0	74.1	67.3	72.7
Sí	25.0	25.9	32.7	27.3
TIPO DE ESTUDIO VOCACIONAL				
Corte, confección	78.9	56.3	57.9	64.8
Artesanal	10.5	18.8	5.3	11.1
Cocina	5.3	0.0	0.0	1.9
Otros	5.3	12.5	21.1	13.0
No responde	0.0	12.5	15.8	9.3
ESTADO CIVIL				
Soltero	14.5	22.4	16.3	17.5
Casado	36.8	29.3	36.7	34.4
Acompañado	31.6	31.0	34.7	32.2
Viudo	10.5	8.6	6.1	8.7
Separado	6.6	6.9	6.1	6.6
No responde	0.0	1.7	0.0	0.5
PERTENENCIA A ORGANIZACIÓN				
Ninguna	56.6	60.3	61.2	59.0
Social	6.6	1.7	6.1	4.9
Deportiva	0.0	0.0	4.1	1.1
Religiosa	35.5	34.5	26.5	32.8
Cultural	0.0	1.7	2.0	1.1
No responde	1.3	1.7	0.0	1.1

Cuadro 2

Las personas que sostienen el hogar del encuestado

PERSONA	TIPO DE GRUPO			TODOS
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación	
El encuestado	42.1	41.4	40.8	41.5
El cónyuge	23.7	15.5	24.5	21.3
Ambos (encuestado y con.)	25.0	20.7	24.5	23.5
Otro familiar	9.2	20.7	10.2	13.1

¿Quién sostiene principalmente el hogar?

Figura 2

Promedio de personas que dependen del informante según tipo de grupo

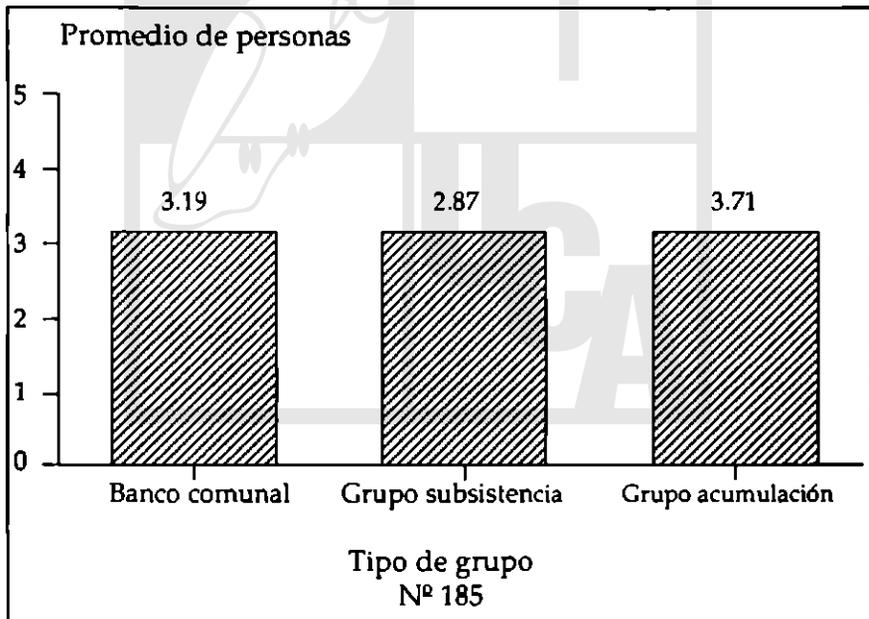


Ilustración 2. ¿Cuántas personas dependen económicamente de Ud?

4.2 Experiencia en los negocios.

El número promedio de años de experiencia en los negocios de la población estudiada es 2.9. Lo cual nos muestra que tienen poca experiencia. De ahí que, la necesidad de capacitación sea más apremiante.

En general, a través de las entrevistas encontramos que la lógica predominante entre los miembros de los bancos comunales es la de sobrevivencia; mientras que, entre los miembros de los grupos de apoyo mutuo existe una tendencia clara por el interés de acumular —financieramente— (cuadro 3). Este es un indicador que puede ayudarnos a identificar aquéllos negocios con una mayor probabilidad de continuar y crecer.

Cuadro 3
Lo que espera lograr con el negocio
(En porcentajes)

RESPUESTA	TIPO DE GRUPO			TODOS
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación	
Obtener ganan. para sobrev.	42.1	20.7	34.7	33.3
Lograr seguridad económica	18.4	22.4	12.2	18.0
Creecer para más ingresos	39.5	56.9	53.1	48.6

¿Qué espera lograr con su negocio?

Con respecto a la reinversión de la ganancia en el negocio, el 69.4% reinvierten (cuadro 4). Reinvertir la ganancia en el negocio es considerado muy importante para el 40.4% e importante para el 59% (cuadro 5). Estos datos pueden ser interpretados como un indicador que la lógica económica de acumulación se encuentra presente. Es también un indicador sobre la posibilidad que el crédito pueda transformarse en un instrumento que pueda significativamente servir para expandir el tamaño de las actividades que desarrollan estos negocios.

Cuadro 4
Uso de ganancias obtenidas en el negocio
(En porcentajes)

USO DE GANANCIAS	TIPO DE GRUPO			TODOS
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación	
Reinvertirlo en el negocio	59.2	75.9	77.6	69.4
Consumo	21.1	19.0	10.2	17.5
Ahorro	13.2	1.7	6.1	7.7
Reinvertirlo y ahorrarlo	3.9	0.0	2.0	2.2
Consumo y reinvertirlo	2.6	1.7	4.1	2.7
Consumo y ahorro	0.0	1.7	0.0	0.5

¿En qué ha usado las ganancias obtenidas en su negocio?

Cuadro 5
Valoración de reinvertir las ganancias obtenidas en el negocio
(En porcentajes)

VALORACIÓN	TIPO DE GRUPO			TODOS
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación	
Muy importante	25.0	44.8	59.2	40.4
Importante	73.7	55.2	40.8	59.0
No importante	1.3	0.0	0.0	0.0

Reinvertir parte de la ganancia en aumentar la actividad de su negocio lo considera...

4.3 Capacitación.

Bajo las difíciles condiciones de pobreza en las cuales viven las microempresarias que atiende el CRS, el 39.5% dicen que necesitan que se les capacite en administración, un 13.2% en relaciones humanas, un 7.9% en aprender a leer, y en general sólo un 21.1% dicen que no necesitan que se les capacite (figura 3). Cuando analizamos el tipo de capacitación que se necesita por tipo de grupo encontramos que aquéllos que pertenecen a los bancos comunales —menores montos de préstamos— son los que más desean una capacitación en la administración de sus negocios (52.9%). Mien-

tras que sólo un 11.1% de los que pertenecen a los grupos de apoyo mutuo de acumulación simple dicen que necesitan capacitación en cómo dirigir y administrar sus negocios (cuadro 6). Es interesante que para los miembros de los grupos de acumulación simple su principal demanda de capacitación es en relaciones humanas, es decir, técnicas para adquirir habilidades personales de venta.

Figura 3
Necesidad de capacitación para mejorar el negocio

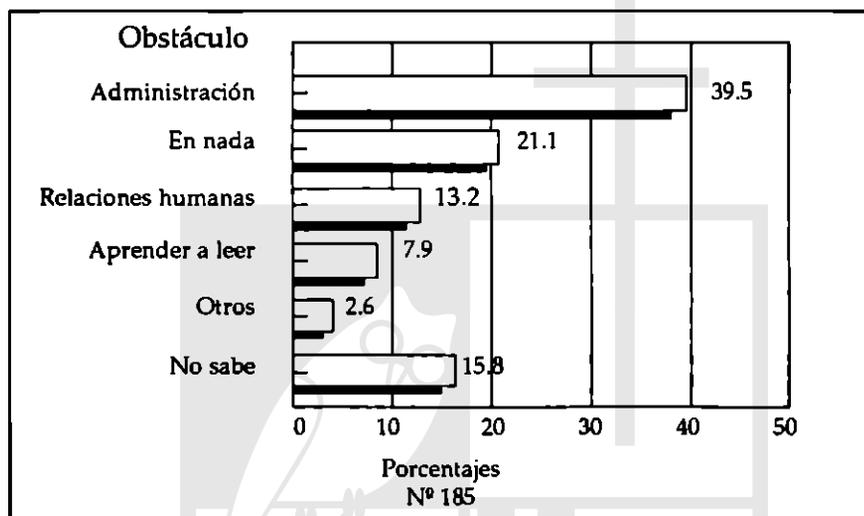


Ilustración 3. ¿En qué necesita que se le capcite para mejorr su negocio y sus ingresos?

Cuadro 6
Necesidad de capacitación para mejorar el negocio según tipo de grupo (En porcentajes)

TIPO DE CAPACITACIÓN	TIPO DE GRUPO		
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación
Dirigir y administrar	52.9	41.7	11.1
Relaciones humanas	5.9	16.7	22.2
Aprender a leer	17.6	0.0	0.0
Otras capacitaciones	5.9	0.0	0.0
No responde	11.8	25.0	11.1
En nada, ninguna	5.9	16.7	55.6

Al mismo tiempo, un 82.9% de los miembros de los bancos comunales están completamente de acuerdo que la capacitación en cómo dirigir y administrar sus negocios puede ayudarles a incrementar sus ingresos; 17.2% de los que pertenecen a los grupos de subsistencia dicen estar más o menos de acuerdo con dicha proposición; y 10.2% de los que pertenecen a los grupos de acumulación simple dicen estar totalmente en desacuerdo con la proposición (cuadro 7). Lo anterior podría deberse al hecho que a mayor nivel de crédito, mayor la experiencia individual en el manejo del negocio. Si esto es así, el programa de EEP necesita tomar en consideración los diferentes niveles de interés de acuerdo al tipo de grupo. Se deberían conducir estudios motivacionales por psicólogos sociales para probar cómo y cuándo las necesidades de capacitación en dirección y administración difieren de acuerdo a diferentes niveles de crédito y/o tipo de grupo.

Cuadro 7
Opinión sobre si recibir capacitación sobre administrar
es suficiente para mejorar los ingresos que tiene
(En porcentajes)

OPINIÓN	TIPO DE GRUPO			TODOS
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación	
Totalmente de acuerdo	82.9	79.3	83.7	82.0
Más o menos de acuerdo	14.5	17.2	6.1	13.1
Totalmente en desacuerdo	2.6	1.7	10.2	4.4
No responde	0.0	1.7	0.0	0.5

¿Cree Ud. que recibir capacitación en cómo dirigir y administrar su negocio es suficiente para mejorar los ingresos que obtiene?

4.4 Información sobre las características de los negocios.

El hecho que el 80.3% de los negocios encuestados son comerciales nos muestra que los servicios de capacitación se dirige mayoritariamente para comerciantes (cuadro 8 y figura 4). Los datos sobre la localización de los negocios nos muestra que en general 39.9% se encuentran en sus casas (figura 5). Un mayor porcentaje

de personas pertenecientes a los grupos de acumulación simple (44.9%) trabajan en sus casas que los que pertenecen a los bancos comunales (38.2%) —ver cuadro 9—. Los vendedores ambulantes son el 27.9% de la población estudiada, y la mayoría de ellas (42.1%) se encuentran en los bancos comunales (cuadro 9). Sólo el 21.3% de los encuestados tienen un local en el mercado; 30.6% de los que pertenecen a los grupos de acumulación simple tienen un local en el mercado.

Figura 4
Tipo de negocio que tiene actualmente

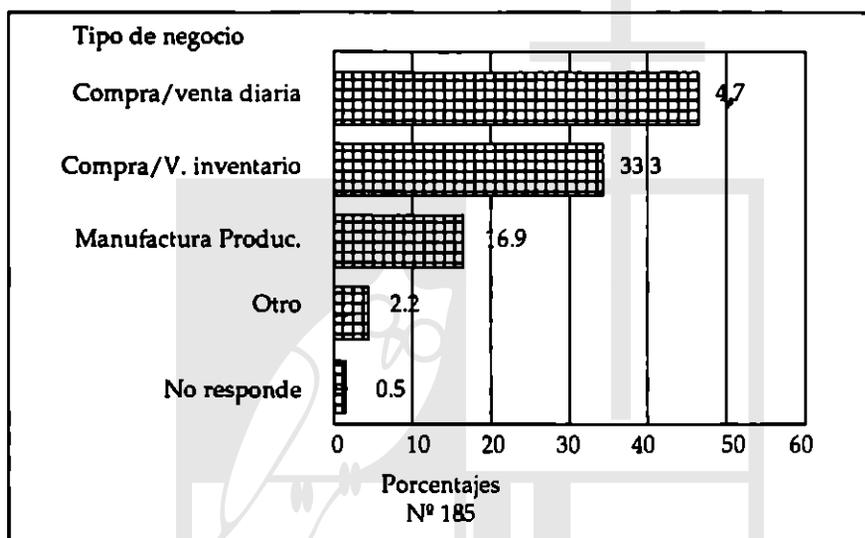


Ilustración 14. ¿Qué tipo de negocio tiene Ud. ahora?

Cuadro 8
Tipo de negocio del microempresario en la actualidad
según tipo de grupo
(En porcentajes)

TIPO DE NEGOCIO	TIPO DE GRUPO		
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación
Compra/reventa diaria	55.3	50.0	30.6
Compra inventario/reventa diaria	27.6	27.6	49.0
Manufactura de producto	17.1	13.8	20.4
Otros tipos	0.0	6.9	0.0
No responde	0.0	1.7	0.0

Figura 5
Lugar donde vende los productos

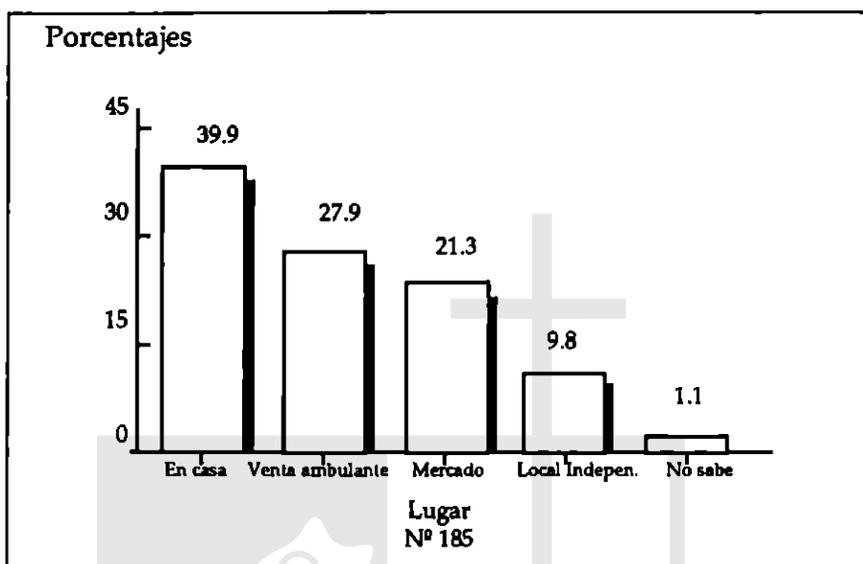


Ilustración 16. ¿A dónde vende sus productos?

Cuadro 9
Lugar donde vende el producto según tipo de grupo
(En porcentajes)

LUGAR	TIPO DE GRUPO		
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación
En la propia casa	38.2	37.9	44.9
Venta ambulante	42.1	22.4	12.2
En el mercado	13.2	24.1	30.6
En un local independiente	6.6	12.1	12.2
No responde	0.0	3.4	0.0

Los datos sobre los tipos de clientes de las microempresarias son bastante ricos con varias posibilidades de interpretación que pueden ayudar para el diseño del programa de EEP (cuadro 10). Sólo el 8.8% de los encuestados venden a fábricas, 5.5% de ellos van a vender fuera de la localidad donde viven, y 3.3% venden a com-

pradores de fábricas que llegan a sus localidades. En general, 40.5% venden sus productos a mayoristas y 41.5% a detallistas.

Cuadro 10
Tipo de clientes y lugar donde éstos compran
los productos del microempresario
(En porcentajes)

TIPO DE CLIENTE LUGAR	TIPO DE GRUPO			TODOS
	B. comunal	G. subsistencia	G. acumulación	
FÁBRICAS				
No compra	76.3	93.1	85.7	84.2
Fuera de comunidad	7.9	1.7	6.1	5.5
En la comunidad	3.9	0.0	6.1	3.3
Fuera y dentro comun.	1.3	0.0	0.0	0.5
No responde	10.5	5.2	2.0	6.6
CLIENTES MAYORISTAS				
No compra	46.1	70.7	55.1	56.3
Fuera de comunidad	31.6	10.3	24.5	23.0
En la comunidad	13.2	5.2	14.3	10.9
Fuera y dentro comun.	5.3	8.6	6.1	6.6
No responde	3.9	5.2	0.0	3.3
CLIENTES DETALLISTAS				
No compra	63.2	43.1	49.0	53.0
Fuera de comunidad	11.8	22.4	20.4	17.5
En la comunidad	11.8	25.9	26.5	20.2
Fuera y dentro comun.	3.9	3.4	4.1	3.8
No responde	9.2	5.2	0.0	5.5
CLIENTES PARTICULARES				
No compra	40.8	41.4	40.8	41.0
Fuera de comunidad	21.1	13.8	16.3	17.5
En la comunidad	21.1	39.7	38.8	31.7
Fuera y dentro comun.	9.2	3.4	2.0	5.5
No responde	7.9	1.7	2.0	4.4
OTROS CLIENTES				
No compra	89.5	87.9	95.9	90.7
Fuera de comunidad	0.0	1.7	0.0	0.5
En la comunidad	1.3	1.7	0.0	1.1
No responde	9.2	8.6	4.1	7.7

¿Qué tipo de clientes y dónde compran sus productos?

5. Indicadores de la Racionalidad Económica.

La asociación entre el tipo de grupo y el índice del costo de oportunidad es estadísticamente significativo. Este es un indicador de la validez de diferenciar a los microempresarios en los grupos definidos por el CRS para ofrecerles los servicios financieros y no-financieros. Asumiendo que el desarrollo sostenible se debe al desarrollo del capital humano a través de incrementar el conocimiento práctico de la lógica económica tal como el costo de oportunidad, es importante diseñar una metodología efectiva de capacitación para que cada tipo de las agrupaciones microempresariales del CRS progresen en el uso de principios básicos de la lógica económica.

En este estudio encontramos una anomalía en la relación entre el tipo de grupo y el índice del costo de oportunidad. Los miembros de los bancos comunales tienen un promedio mayor en el índice que los miembros de los grupos de acumulación simple cuando se esperaba lo contrario. La base del resultado esperado es que los microempresarios con una lógica de acumulación en negocios relativamente más grandes deberían tener un mayor conocimiento práctico del costo de oportunidad. La limitación del índice del costo de oportunidad como herramienta para medir el grado relativo de la lógica económica puede deberse a que el índice fue creado a partir solamente de tres preguntas del cuestionario (14, 15, y 17, ver anexo 1). Sin embargo, el concepto de costo de oportunidad es una herramienta importante para analizar e interpretar información sobre parámetros de desarrollo microempresarial.

La información obtenida en este estudio a partir de varias preguntas del cuestionario y de las entrevistas nos indican que los microempresarios que participan en este programa toman sus decisiones económicas con algún sentido del concepto de costo de oportunidad. Alguna de la información que utilizamos para analizar la racionalidad económica de los microempresarios fueron: los niveles de reinversión, los factores que toman en cuenta para decidir qué producto producir o vender, lo que esperan lograr con sus negocios, etc.

En relación con el sistema de ciclos de crédito, el cual consiste en que el miembro de cada tipo de grupo inicia un proceso de

obtener créditos crecientes conforme avance en los ciclos de préstamo, la información obtenida nos muestra que este sistema es exitoso en términos de (1) incremento de ingresos; (2) niveles de reinversión; y (3) creación de empleo. De ahí que, los ciclos aparecen como un elemento crítico para el diseño del programa de EEP. La mayoría de los miembros de los bancos comunales se encuentran en los primeros ciclos.

La asociación entre el ciclo y el índice de crecimiento de ingresos fue probado y se encontró estadísticamente significativo (Cuadro 11). Este es un indicador de que el programa tiende a ser exitoso en cuanto a incremento de ingresos conforme los microempresarios pasan de un nivel de crédito a los siguientes.

La asociación entre el índice de crecimiento de ingresos con la combinación del ciclo y el tipo de grupo se encontró estadísticamente significativo (Cuadro 11). Esto indica que existe una base sólida para diferenciar factores específicos para el ciclo y el tipo de grupo en relación a decisiones sobre ganancias a tener presente en el diseño del programa de EEP.

La asociación entre el ciclo y el uso de las ganancias reinviértendola es estadísticamente significativo (Cuadro 11). Los miembros que se encuentran más avanzados en los ciclos de préstamos tienden a reinvertir una mayor parte de sus ganancias. Tópicos sobre toma de decisiones correspondientes a cada nivel deben ser incorporados en el diseño del programa de EEP.

También, la asociación entre el tipo de grupo y el uso de las ganancias reinviértendolas es estadísticamente significativa. Los grupos de apoyo mutuo de acumulación simple tienden a reinvertir una mayor parte de sus ganancias.

La asociación entre el ciclo y la creación de empleo es estadísticamente significativa. En los ciclos más avanzados, la creación de empleo tiende a ser mayor (Cuadro 11).

Cuadro 11

No	Variable indep.	Variable depend.	Tipo de prueba estadística	Valor	Significancia	Se acepta hipótesis de nulidad
1	Ciclo	Uso ganancias	Chi-cuadrado	50.25	0.046	No
2	Tipo de grupo	Índice costo de oportun.	Anova	3.43	0.034	No
3	Ciclo	Crecimiento ingresos	Anova	2.64	0.019	No
4	Grupo/ciclo	Crecimiento ingresos	Anova	2.29	0.025	No
5	Ciclo	Creación de empleo	Anova	2.34	0.034	No

La aceptación de la hipótesis de nulidad implica la falta de asociación o relación estadística entre las variables conjugadas.

En general, la información recolectada nos indica que dada la combinación de la naturaleza progresiva del sistema de ciclos de créditos con la naturaleza acumulativa del conocimiento práctico se puede establecer una matriz de temas de capacitación, en el programa de EEP, de acuerdo a las principales necesidades del tipo de grupo y nivel del ciclo.

Los resultados de la encuesta nos muestra varios hechos que indican el potencial de la población estudiada. A pesar de las tasas de analfabetismo, existen indicadores que los microempresarios utilizan una lógica económica —el costo de oportunidad— en algunas áreas de la toma de decisiones estratégicas como por ejemplo qué producto vender. Algunas de las correlaciones que indican lo anterior son: (1) tipo de grupo y lo que se espera lograr con el negocio, entre los miembros de los bancos comunales predomina una lógica de subsistencia; mientras que, entre los miembros de los grupos de acumulación simple predomina una lógica de crecimiento-acumulación; (2) el tipo de grupo y el nivel de reinversión; y (3) tipo de grupo y uso de las ganancias.

A pesar que la mitad de los encuestados expresaron no tener

tiempo disponible para capacitaciones, existen varios indicadores de un nivel significativo de demanda potencial por recibir capacitaciones. Más aún, los servicios más demandados se enmarcan en el contexto de administración de negocios y técnicas para la resolución de problemas.

Finalmente, el análisis cualitativo realizado a partir de las entrevistas nos muestra la importancia de los extensionistas en el proceso de aprendizaje en la toma de decisiones relevantes tanto para las actividades de grupos como individuales.

6. Consideraciones generales del nuevo entorno económico y sus posibles impactos sobre la microempresa.

El presente trabajo ha delimitado su campo de estudio a un enfoque endógeno del desarrollo de la microempresa enfatizando la formación del capital humano. Sin embargo, factores exógenos como puede ser la política macroeconómica son cruciales para el desarrollo de la microempresa. Este apartado tiene la finalidad de ofrecer algunas consideraciones generales de las nuevas medidas económicas anunciadas por el presidente Calderón Sol el 2 de febrero de 1995.

Las principales medidas son las siguientes: (1) la reducción de aranceles con la meta de llegar a un techo del 6% y un piso del 1% en 1999; (2) fijar el tipo de cambio a 8.75 colones por dólar; (3) implementar la caja de convertibilidad, lo cual significa que el BCR garantiza en un 100% el respaldo en dólares de los colones en circulación y del encaje legal que los bancos mantienen, lo anterior implica que la emisión de colones queda sujeta a los dólares que el Banco Central tenga como reserva; y (4) la privatización de empresas públicas encargadas de las telecomunicaciones, energía eléctrica, etc. Con estas medidas se pretende que El Salvador entre rápidamente al proceso de globalización. Se pretende crear las condiciones mínimas necesarias de infraestructura y de seguridad cambiaria para atraer a la inversión extranjera, la cual en su mayoría se espera sean maquiladoras.

Una mayor apertura comercial implica una oferta mayor de bienes importados muchos de ellos competirán con productos que son elaborados por pequeños y microempresarios nacionales. Tam-

bién cabe esperar que los centros comerciales y los grandes supermercados aumentarán su oferta con lo cual se reduce los espacios de ventas para pequeños comerciantes. Muchos empleados públicos quedarán sin empleo y probablemente buscarán montar negocios propios dentro del sector informal con lo cual aumentará el número de oferentes para una demanda deficiente de los sectores populares. De lo anterior, puede deducirse que las condiciones de crecimiento para las microempresas se pueden volver más difíciles. Bajo estas condiciones, nos preguntamos si no se está buscando aumentar la sobre oferta de trabajo con lo cual se beneficiaría a las maquiladoras. Es interesante, el dato que el 54% de los miembros de los bancos comunales del CRS están dispuestos a dejar sus negocios si se les ofrece un trabajo permanente con el salario mínimo.

Existe el argumento que en el proceso de globalización se beneficia tanto la empresa grande como la pequeña porque la última tiene como ventaja competitiva la flexibilidad de sus operaciones con lo cual se pueden generar procesos de subcontratación para satisfacer la demanda de bienes y servicios. En este estudio, encontramos un caso interesante y triste relacionado con este argumento. Una fábrica textil subcontrató a varias tejedoras del pueblo de San Sebastián cuyos productos textiles son de buena calidad y demandados. La fábrica les daba el hilo y les compraba la producción para comercializarla por su cuenta. Al cabo de un tiempo, se llevaron a dos tejedoras a trabajar en la fábrica lo cual les permitió copiar la técnica del tejido tan particular de esta ciudad. Con lo anterior, terminaron las subcontrataciones y se dedicaron a producir directamente los productos típicos de San Sebastián con lo cual las tejedoras del pueblo quedaron sin posibilidades de poder vender sus productos y desesperadas buscando otros medios para ganarse la vida. Este caso nos lleva a varias reflexiones. Existe un problema ético por la forma en que los dueños de la fábrica se comportaron. Es claro la desventaja de negociación y la dependencia en que se encuentran las microempresas ante empresas medianas y grandes. La falta de organización gremial de los microempresarios les hace más débiles.

A las consideraciones anteriores se debe agregar la ausencia de una política sectorial para el sector la cual es esencial para su desarrollo. Este sector ha sido históricamente marginado del crédi-

to, asistencia técnica, transferencia de tecnología aplicada, y siempre han estado en una situación muy desventajosa en las cadenas de comercialización. Todos los factores considerados en este apartado deben ser profundizados en futuras investigaciones.

7. Sumario y recomendaciones.

Los resultados obtenidos en esta investigación conlleva importantes implicaciones para el diseño de un programa de educación económica popular.

1. Identificar áreas de toma de decisiones estratégicas que puedan servir como elementos claves en el diseño de un efectivo proceso de capacitación para el desarrollo microempresarial. Algunas de estas áreas pueden ser las siguientes: decisiones sobre el crédito tal como cuánto prestar; decisiones de reinversión; decisiones sobre la administración de riesgos, y decisiones de mercadeo.

2. Tomar en consideración la edad promedio, género, nivel de educación, y nivel de socialización de la población beneficiada por el programa. Identificar medios a través de los cuales el curriculum se adapte a las siguientes realidades: 92.3% de los encuestados son mujeres, su edad promedio es 41 años, y el 42% de ellas son el principal sostén económico de sus hogares.

3. Construir sobre el nivel existente de racionalidad económica que los microempresarios utilizan en la toma de sus decisiones. El diseño del programa de EEP debería incorporar ejercicios en los cuales los grupos reflexionen sobre decisiones que hayan tomado considerando tanto las experiencias de éxito como la de fracasos. Herramientas para el diseño de esta reflexión puede incluir referencias explícitas a elementos básicos de racionalidad económica como lo es el costo de oportunidad.

4. Dada la naturaleza progresiva de los ciclos de crédito y su relación directa con la acumulación de conocimiento práctico, se debe establecer una matriz de temas en el programa de EEP de forma tal que los temas que sean críticos para los primeros ciclos deben ser presentados en esos ciclos.

5. Con la finalidad de que el programa de EEP se ajuste a las circunstancias actuales de decisiones estratégicas de las microem-

presas, se recomienda que los módulos sean preparados a diferentes niveles de desarrollo. Los módulos deben responder a las demandas de las circunstancias locales de los microempresarios.

6. Se recomienda el uso flexible de los módulos para que el programa de EEP pueda en forma adecuada atender las necesidades de los microempresarios, especialmente de aquéllos que son analfabetos y/o no pueden hacer cálculos con números.

7. Los extensionistas deben participar en el proceso de diseño del programa de EEP. Ellos constituyen un vínculo esencial en la cadena de comunicación entre los diseñadores del programa y los microempresarios.

8. La operacionalización del concepto de costo de oportunidad como una herramienta de investigación podría enriquecer el proceso de obtener información en los programas de microempresarios. Lo cual podría ayudarnos a atender la actual necesidad de encontrar mejores formas de conceptualizar el proceso de aprendizaje en los programas de microempresarios centrándose en obtener información sobre el proceso de toma de decisiones. El avance que se logre en esta herramienta de investigación tiene el potencial de servir como base para la evaluación de los programas de capacitación. Se necesita más investigación en orden a especificar y refinar esta herramienta.

9. Dado que no todos los factores necesarios para el desarrollo de los microempresarios son endógenos y éstos se encuentran inmersos en mercados abiertos, el conocimiento de las condiciones competitivas locales es esencial para la toma de decisiones. Se recomienda que el programa de EEP desarrolle metodologías de discusión que permitan adquirir la habilidad de formular el tipo de preguntas (no respuestas) que los participantes deben formularse a ellos mismos en este proceso de toma de decisiones estratégicas.

10. Se deben considerar otros factores presentes en la realidad socio-económica local y nacional que afectan fuertemente el desarrollo de cualquier microempresa. Algunos de estos factores son los siguientes: (1) el escaso nivel organizativo o ausencia de asociaciones microempresariales locales, regionales, y nacionales; (2) el nuevo contexto competitivo de comercialización de productos en una economía abierta, (3) la necesidad de asistencia técnica en mercadeo

dentro de este contexto; y (4) la necesidad de nuevas formas de cooperación local o regional entre los microempresarios, por ejemplo integraciones verticales de producción y/o comercialización. Cada uno de los puntos anteriores nos presentan problemas que ellos deben decidir la forma de reconocerlos, analizarlos, y resolverlos a través de sus decisiones en los negocios.

11. Existe una necesidad urgente de investigar las condiciones de las economías locales en orden de proveer los elementos e información necesaria para el proceso de aprendizaje de cómo enfrentar la competencia de su macro-ambiente. Los microempresarios tendrán que enfrentar en forma creciente los impactos provenientes del proceso de apertura de la economía salvadoreña al resto del mundo. Las consecuencias de esta apertura prácticamente total a los mercados mundiales puede resultar en un desastre para los microempresarios que participan en los programas del CRS, justamente en un momento en el cual el programa está empezando a mostrar signos de éxito.

En suma, a medida que los microempresarios aprendan el uso práctico de la lógica económica del costo de oportunidad, la reinversión del excedente, la importancia de la auto-estima, y la responsabilidad en la toma de decisiones en una variedad de situaciones, la probabilidad para tener éxito en sus negocios será mayor. El reto es diseñar modelos educativos eficaces para mejorar sustancialmente su capacidad de análisis y toma de decisiones estratégicas.

REFERENCIAS DE LIBROS

- Boulding, Kenneth, *Human Betterment*, Beverly Hills: Sage Publications, 1985.
- Briones, Carlos, *La pobreza urbana en El Salvador: Características y diferencias de los hogares pobres (1988 - 1990)*, San Salvador: UCA Editores, 1992.
- Drucker, Peter F., *The New Realities*, New York: Harper & Row, 1989.
- Goulet, Denis, *The Cruel Choice: A New Concept in the Theory of Development*, New York: Antheneum, 1971.
- Lonergan, Bernard, *Topics in Education*, eds., Doran, Robert M., and Frederick E. Crowe, *Collected Works of Bernard Lonergan*, Vol. 10, Toronto: University of Toronto Press, 1993.
- Otero, María, and Elizabeth Rhyne, eds., *The New World of Microenterprise Finance*, West Hartford: Kumarian Press, 1994.

- Rakowski, Cathy, eds., *Contrapunto: The Informal Sector Debate in Latin America*, New York: State University of New York Press, 1994.
- Razeto, Luis, *Economía Popular de Solidaridad*, Santiago, Chile: PET, 1990.
- Thys, Didier, and Judith Painter, *Village Banking with Catholic Relief Services and Partners: A Case Study*, Baltimore: Catholic Relief Services, 1994.

PUBLICACIONES DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS

- Agency for International Development, *AID Microenterprise Stocktaking: Synthesis Report*, Washington: CDIE, 1989.
- Agency for International Development, *Experiments in Small - and Microenterprise Development*, Washington: Metrotec, Inc., 1989.

PUBLICACIONES DE ORGANISMOS INTERNACIONALES

- Economic Commission for Latin America and the Caribbean UNESCO: *Regional Office for Education in Latin American and the Caribbean, Education and Knowledge: Basic Pillars of Changing Production Patterns With Social Equity*, Santiago: United Nations, 1992.
- Catholic Relief Services/ES: *Crédito Comunitario para las Microempresas*, Marzo 1994.
- Interdisciplinare Project Consult GmH, Am Eiseman Schiag, *Estudio de Base para un programa Global de Credito a la Microempresa en El Salvador*, Frankfurt: June 1993.

ARTICULO

- AMPES, "El Fomento Productivo de la Microempresa como Instrumento para el Desarrollo Humano," *Junta Directiva Nacional*, 1994.
- FUSADES, "Microempresas en un Mercado Competitivo," *Boletin Económico y Social*, Octubre 1993.

ANEXO 1
 UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
 "JOSE SIMEON CAÑAS"
 WOODSTOCK THEOLOGICAL CENTER

Encuestador _____ Municipio _____
 Supervisor _____ Comunidad _____
 ONG responsable _____ Banco _____

ENCUESTA SOBRE BANCOS COMUNALES

1. Tipo de grupo: (1) Banco comunal (2) Grupo de subsistencia (3) Grupo de acumulación simple
2. Sexo: (1) Femenino (2) Masculino
3. Edad: _____
4. Estado civil: (1) Soltero (2) Casado (3) Acompañado
(4) Viudo (5) Separado
5. ¿Sabe leer y escribir? No(00) [pase a 6] Sí [siga]
 5.1 ¿Cuál es su nivel de estudios alcanzado? _____
6. Aparte de la escuela, ¿ha realizado algún estudio vocacional? (1) Sí [siga]
(0) No [pase a 7]
 6.1 ¿Qué clase de estudio vocacional ha realizado?
 (1) Corte y confección (2) Artesanal
 (3) Cocina (4) Otro (especifique)
7. ¿Pertenece Ud. a algún tipo de organización?
 (0) Ninguna (1) Social (2) Deportiva (3) Religiosa
 (4) Cultural
8. ¿Cuántas personas viven en su casa? _____

9. Per.	Parentesco padre(1), hijo(2), cónyuge(3), nieto(4) sobrino(5), otros(6)	Edad	Grado Escolar	¿A qué se dedica? trabaja(1), estudia(2), trabaja y estudia(3) tareas domésticas(4), desempleado(5)	¿Dónde trabaja? Banco(1) Grupo de apoyo(2)
1					
2					
3					
4					
5					
6					

10. ¿Quién sostiene principalmente el hogar?
11. ¿Cuántas personas dependen económicamente de Ud.?
- II. DATOS SOBRE EL MICROEMPRESARIO
12. ¿Cuántos años tiene de experiencia como negociante?
13. ¿Qué espera lograr con sus negocios? [marcar sólo una]
- (1) Obtener suficientes ganancias para sobrevivir
 (2) Lograr seguridad económica
 (3) Que crezca suficiente para lograr más y más ingresos
 (4) Otro (especifique)
14. Si Ud. tuviera a disposición mil colones, ¿cree que pierde algo al tener ese dinero en la bolsa?
- (1) Sí[siga] (0) No[pase a 16] (9) No contesta[pase a 16]
15. ¿Qué pierde?
16. ¿Qué cosas toma en cuenta para decidir qué producto debe vender o producir en su negocio? Dígamelas en orden de importancia.
- a. Frecuencia de venta del producto () b. Utilidad para los clientes ()
 c. Materia prima disponible () d. Rinde más ganancia ()
 e. Facilidad de elaboración () f. Otro
17. Si le propongo un negocio con el cual Ud. ganaría 200 colones diarios, ¿cuál de los siguientes criterios sería el más importante para determinar si es buen negocio o no? (1) El costo de la vida (2) Lo que pueda ganar en otro negocio (3) Otro (especifique)
18. Con base a su experiencia, ¿cuáles son los principales obstáculos con los que Ud. se enfrenta para el crecimiento de su negocio? Ordénelos según su importancia.
- a. Falta de acceso al crédito () b. Falta de conocimiento sobre administración () c. Poca venta () d. Mercado controlado por los negocios grandes () e. Falta de apoyo del gobierno () f. Falta de organización entre microempresarios () g. Otro
19. ¿En qué ciclo se encuentra Ud. actualmente en su Banco/Grupo de Apoyo?
20. ¿De cuánto fue su préstamo inicial? (1) 400 - 700 (2) 701 - 1,000 (3) 1,001 - 1,600 (4) 1,601 - 3,500 (5) 3,501 y más
21. ¿De cuánto es su préstamo actualmente? (1) 400 - 700 (2) 701 - 1,000 (3) 1,001 - 1,600 (4) 1,601 - 3,500
22. Para Ud., ¿qué tan difícil es pagar sus cuotas?
- (1)Muy difícil (2)Difícil (3)Regular (4)Fácil
23. Cuanto ha tenido dificultades para pagar puntualmente sus cuotas, ¿cuáles son las dos principales causas de la demora? (1) No conocer el procedi-

miento (2) Mala administración del negocio (3) Pocas ventas (4) Emergencias en la familia Otras

24. ¿En qué ha usado las ganancias obtenidas en su negocio?
(1) Consumo (2) Reinvertirlo en su negocio (3) Ahorro
25. Reinvertir parte de la ganancia en aumentar la actividad de su negocio lo considera: (1) Muy importante (2) Importante (3) No importante
26. ¿Cuál es el mayor obstáculo que Ud. tendría para obtener un préstamo en un banco comercial?

III. DATOS SOBRE NECESIDAD DE CAPACITACION

27. ¿Cree Ud. que recibir capacitación en cómo dirigir y administrar su negocio es suficiente para mejorar los ingresos que obtiene?
(1) Totalmente de acuerdo [pase a 29] (2) Más o menos (3) Totalmente desacuerdo
28. ¿En qué necesita que se le capacite para mejorar su negocio y sus ingresos?
29. ¿Cuáles son los mayores problemas personales que le impiden recibir capacitación para administrar mejor su negocio? Ordénelos según su importancia.
a. Dificultad para leer y escribir () b. Poca disponibilidad de tiempo () c. Edad, le cuesta aprender o cambiar sus costumbres () d. Otro
30. Las capacitaciones en relación a los problemas humanos y sociales (no técnicas) en las que Ud. ha participado le parecen: (0) No ha participado en ninguna [pase a 31] (1) Mala (2) Regular (3) Buena (4) Muy buena (5) Excelente
- 30.1 ¿Por qué? (1) Por los expositores (2) Por las horas de exponer (3) Otras
31. ¿Qué aspectos han sido más satisfactorios al pertenecer al Banco Comunal/ Grupo de Apoyo Mutuo? Escoja los dos más importantes. (1) Solución de problemas económicos (2) Ingreso (3) Apoyo familiar (4) Apoyo dentro del grupo (5) Otro
32. Al solicitar su préstamo en el Banco o Grupo de Apoyo Mutuo, ha tenido dificultades en los trámites? (1) Sí (0) No
33. Después de recibir su primer préstamo ha podido llevar el control de su préstamo por Ud. mismo? (1) Sí (2) No
34. Al reinvertir sus ganancias y ampliar su negocio, ¿en qué aspectos desearía los servicios del extensionista?
- (1) Administración de su negocio (2) Ayuda para resolver los problemas económicos de sus negocios (3) Educación sobre valores humanos (4) Otro

IV. DATOS SOBRE EL NEGOCIO

35. ¿Qué tipo de negocio tiene Ud. ahora? (1) Compra/Reventa diaria (2) Compra inventario/reventa diaria (3) Manufactura de algún producto (4) Otro
36. (Si prepara o elabora algún producto) ¿A dónde prepara o elabora el producto que vende? (1) En la comunidad (2) Fuera
37. ¿Adónde vende sus productos? (1) En su casa (2) En el mercado (3) En un local independiente (4) Venta ambulante (5) Otro
38. ¿Qué tipo de clientes y dónde compran sus productos?
- Fabricas (1) Comunidad (2) Fuera(0) No compra
 - Mayoristas (1) Comunidad (2) Fuera(0) No compra
 - Detallistas (1) Comunidad (2) Fuera(0) No compra
 - Particulares (1) Comunidad (2) Fuera(0) No compra
 - Otros (1) Comunidad (2) Fuera(0) No compra
39. ¿Qué tipo de producto vende? (1) Producto que sirve para hacer otro (2) Producto para el consumo inmediato
40. Si mantiene inventarios, ¿en cuánto estima el valor de los inventarios de mercadería que tiene actualmente para la venta?
41. Incluyendo a Ud., ¿cuántas personas familiares y no familiares trabajan actualmente en su negocio?
42. Antes de que perteneciera al banco comunal o grupo de apoyo, ¿cuántas personas familiares y no familiares trabajaban en su negocio?
43. Durante los siete días de la semana, ¿cuántas horas dedica usted y los otros miembros a su negocio? a. Usted ___ b. Persona No. 1 ___ c. Persona No. 2 ___ d. Persona No. 3 ___ e. Persona No. 4 ___ f. Persona No. 5 ___
44. Actualmente, ¿cuánto vende? a. Cantidad colones diarios ___ b. Cantidad colones por semana
45. Antes de pertenecer al banco/grupo de apoyo, ¿cuánto vendía?
- a. Cantidad de colones diarios ___ b. Cantidad colones por semana
46. Actualmente, ¿cuánto gasta en compras de productos, materia prima y herramientas para su negocio? a. En un día normal ___ b. En la semana
47. Antes de pertenecer al banco o grupo de apoyo, ¿cuánto gastaba en la compra de productos, materia prima y herramientas para su negocio?
- a. En un día normal ___ b. En la semana
48. Actualmente, ¿cuánto le queda para cubrir sus gastos familiares?
- a. Diario ___ b. Por semana
49. ¿Cómo hace para saber si hubo pérdidas o ganancias en un día de venta?
- (1) Cuenta de dinero (2) Calcula con lápiz (3) Calcula con la cabeza (4) Otro

50. ¿Estaría Ud. dispuesto a dejar su negocio si alguien le ofreciera trabajo permanente y bien remunerado? (1) Sí (0) No [pase a 52]
51. ¿Cuánto le tendrían que pagar mensualmente para dejar su negocio? _____
52. ¿Usted ha cambiado el tipo de productos que vende o produce, o sólo los ha modificado? (1) Cambiado (2) Variado (3) Ambos (0) Ninguno
53. Para su familia, el ingreso generado en su negocio es:
 (1) Unico (2) Muy importante (3) Complementario

OBSERVACIONES _____

Notas

1. El estudio fue hecho gracias a los fondos para investigación proporcionados por el North-South Center de la Universidad de Miami al Woodstock Theological Center. El Catholic Relief Services (CRS) ofreció todo el apoyo para llevar a cabo esta investigación. El Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP) de la UCA realizó efectivamente la encuesta de campo.
2. Por empoderamiento personal entendemos la adquisición de habilidades o conocimiento que le permite a la persona una mayor capacidad para resolver problemas.

